心機一転、がんばるぞ号

平成11年7月1日発行第6巻第9号通巻42号

隔月刊

ゲーム批評



話題!問題?

次世代PS(プレイステーション)

第2特集 アーケード氷河期

1999 7月号

定価 780YEN

C O N T E N T S

隔月刊 ゲーム批評

1999 7月号 JULY

※「今号の駄作」は都合によりお休みさせていただきます。

※「ゲーム業界、明日はしらない。」は前号にて終了いたしました。ご愛読ありがとうございました。

Sculpture／Rasho
ArtDirection／STOL
CoverDesign／STOL

任天堂&松下、電撃提携！新ハード発表に見え隠れするものとは？

5月12日に電撃発表された任天堂と松下の提携。新ハード「ドルフィン」（仮）に隠された情報家電を巡る思惑とは？

ゲーム機の背後に透ける家電業界の思惑

5月中旬、任天堂と松下電器産業が提携した。任天堂は、松下からDVDドライブ、メディアなどの供給を受け、2000年末に「ドルフィン（＝コード名）」という次世代ゲーム機を、その後松下が任天堂の協力を得ながら情報家電時代の中核を担う次世代プラットホーム「X—21」を商品化するという。

確かにマスコミに報じられたとおり「ソニーに対抗勢力」や「第二次次世代ゲーム機戦争」という一面もある内容だ。しかしコトはそんなに単純かつ限定的なものではない。ゲーム機はおろか、情報家電の枠をも超えた壮大な政治的構想が滲み出ているように思う。

松下は現在、「一家に一台」系の電気機器分野でおそらく世界一の企業だ。松下にとって、予想される市場規模が大きければ大きいほど、ソニーの先行を許すわけにはいかない。情報家電は、そんな将来の重要分野である。

しかし、情報家電は「ゲーム専用機」ではない。当然、松下とソニーの争いも、ゲーム市場が主戦場ではないだろう。

すでに両社は、「スカイパーフェクTV」（ソニーが出資）や「ディレクTV」（松下が出資）で知られるCSデジタル放送、DVD、各種VTR（カメラなども含む）等々、デジタル関連市場のそこかしこで対極にいる。

今回の提携に基づく「X—21」は、こうしたあらゆる分野での競争を視野に入れたものだ。ソニーの「次世代PS」あたりとは、それこそ何でもできる「オンデマンド」端末の世界で前哨戦を繰り広げることになるが、実際はDVD—RAMの規格統一やBS、地上波デジタル放送の主導権争いまで持ち込まれるのは必至である。

当然「ウィンテル」（ウィンドウズ＝マイクロソフトとインテルの両社を指す造語）もライバルだ。パソコンに端を発する「ウィンテル」もまた、情報家電市場の覇権を目指す。すでにソニーは、「ウィンテル」への対抗姿勢を表明。松下と任天堂もまた「ウィンテル」とは無縁のハード（IBMのパワーPC系）を指向する。

ちなみに松下は、「X—21」を融合機と位置付ける。任天堂の次世代ゲーム機「ドルフィン」の機能に加え、あらゆる種類のDVDを再生可能にするという。ちょうど「セガサターン」と「ハイサターン」（日立製作所が投入したサターンの互換機。高価だが多機能だった）のように。

問題は「次世代PS」も含め、本当に機は熟しているのかである。セガの立場も大いに気になるところだが…。

（青山博美）

セガ・エンタープライゼス夏攻勢に隠された真意とは

2大ソフト『シーマン』『シェンムー』を軸に、DCで夏攻勢をかけるセガ。一方でGW直前の4月下旬、同社は大幅な業績改善策を発表している。夏攻勢にかけるセガの真意とは。

強かった時代の幻影を追い求めた？

セガ・エンタープライゼス（以下はセガ）は、ゴールデンウィークを目前に控えた4月下旬、'99年3月期の業績を大幅に下方修正した。

昨年の11月中旬に発表した同期の業績予想に比べると売上高で12・4％減、経常利益では96・7％減、最終損益では黒字から赤字になるという。ちなみに、修正後の業績は売上高が2145億円、経常利益が4億円となり、最終損益は328億円の赤字となる。最終段階での赤字は2期連続だ。

「負の資産を前期（'98年3月期）で一掃した。今期からはネクストステージに……」（入交昭一郎・セガ社長）と発表したのが1年前。蓋を開けるといまだに肝心の収益はあがらない。

セガは'97年3月期、売上高3599億円、経常利益333億円、最終利益56億円を計上、売り上げだけなら辛くも任天堂をかわし業界トップに躍り出た。今思うところが『最盛期』である。

ただし、収益構造だけに的を絞るとさらに2年さかのぼる'95年3月期あたりが最高潮だった。同期の場合、売り上げは3333億円ながら経常利益が141億円に達している。「セガサターン」関連では、初期導入分だけが計上されたこの決算こそ、セガをまどわす根元ではなかったか。

震源は家庭用ハード

新世代の家庭用ハード事業を本格化してからのセガは、みるみるうちに利益が出なくなっていく。プリクラのヒットや大規模なAM（アミューズメント）施設の出店を充てても、家庭用ハード事業の穴を埋められない状況だった。

これに、莫大な事業資金を有利子負債や社債で賄ってきたツケが追い討ちをかける。来年秋までに償還期限を迎える転換社債は、総額で1000億円を超える規模だ。もちろん「資金繰りは万全」（セガ広報）だろう。でなければ破綻する。

セガはこれまで、構造的な課題をあまり表面化させずに乗り切っ


『シェンムー』はDC市場の起爆剤となるか？

セガDCタイトル発売予定表（5月10日現在）

5月27日	ダイナマイト刑事２	5800円
6月17日	ジャイアントグラム～全日本プロレス2　in　日本武道館～	5800円
6月24日	超発明BOYカニパン～暴走ロボトの謎!?～	5800円
7月15日	クライマックス　ランダーズ	5800円
7月15日	プロ野球チームをつくろう！	5800円
7月22日	シーマン～禁断のペット～（注１）	7800円
7月22日	シーマン～禁断のペット～（注２）	6800円
7月29日	アキハバラ電脳組パタＰｉｅｓ！	5800円
8月5日	シェンムー　一章　横須賀	未定
1999年夏	プロ野球チームであそぼう！	5800円
1999年夏	あつまれ！　ぐるぐる温泉	未定
1999年夏	Dream Flyer	未定

注１：特製ビジュアルメモリ、マイクデバイス同梱
注２：マイクデバイス同梱

てきた。立て直しを前面に打ち出したのは入交社長が前面に出るようになった'98年の初頭からだ。手元にある'97年春号の『四季報』には、'99年3月期の業績予想が売上高3400億円、経常利益345億円、最終利益170億円とある。実現すれば最高益の更新だった。

これは、当時の多くのマスコミの見方でもある。しかし、欧米でセガサターン事業が暗礁に乗り上げ、動きの止まった16ビット機の不良在庫に苛まれていた'97年初頭の時点で、セガは気づいたはずだ。そのままの成長が続かないということに。

かたくなに固執

さすがのセガも、今回は詳細な業績改善策を明らかにしている。その柱は①開発体制の再編と大リストラ②AM施設の閉鎖と事業見直し③業務用ゲーム機でのヒット創出④家庭用ゲーム事業の強化⑤ネットワーク事業の強化ーである。要点をまとめると以下のようになる。

『AMと家庭用のソフト開発部門を一元化するほか小規模のAM施設を中心に101カ所を閉鎖、新規出店、投資も抑制する。希望退職を含め1000人の人員を削減し、固定費を全体の30%にあたる210億円（うち人件費の節減分は年間100億円だという）削減する。逆に、業務用ゲーム機ではヒット商品の開発に加え、機器のレンタルを検討。家庭用では大作ソフトを投入しつつ、ネットワーク事業を軌道に乗せる』

驚いたのは、家庭用分野への固執だ。海外展開で、思い切った価格設定やクリスマス商戦までの30タイトルものソフト投入がうたわれている。全体としては『シェンムー』を名指しで例示し、絶大な信頼を寄せているほか、カプコンやナムコによる大作にも少なくない期待をかけている。確かに、今夏はドリームキャスト向けソフトで大作が相次ぐかも知れない。

そればかりか、今後グループ内にソフトの開発投資会社を設立する予定もあるという。ここでは主に、新ジャンルのソフト開発や外部有力タイトルへの投資、共同事業化など検討。「ドリームキャスト」事業を下支えする考えだ。

また、懸案となっていた他社ハードへのソフト供給も加速する気運となってきた。当面は、「ドリームキャストとの連携を前提に、他社の携帯ゲーム機へのソフト供給を検討する」としているが、実際はここが結構実利の上がる収益部門となる可能性もある。

今夏で結果が出る?

「ドリームキャスト」事業は、発売前の派手なプロモーション戦略とは対照的に当初の計画を下回りながら推移している。現在の普及台数は、公式発表数字で90万台、巷には70万台程度との見方もある。基本的に、現行のソフト価格で展開する限り、ソフトビジネスは300万台以上普及したプラットフォームを相手にしない限り成り立たない。

今夏のセガの攻勢は、こうした事業基盤を整備する最後の機会となろう。少なくとも、サードパーティーが「儲けられる」プラットフォームにならない限り、いいソフトは集まらない。

PROFILE

青山　博美（あおやま・ひろみ）

1965年東京生まれ。'90年、日本工業新聞社入社。電機・電子産業担当、整理記者などを経て'95年からエンターテインメント産業の担当に。'97年からはパチンコ、カラオケ産業をウォッチ。娯楽ビジネス基幹産業論を唱える異色の経済ジャーナリスト。

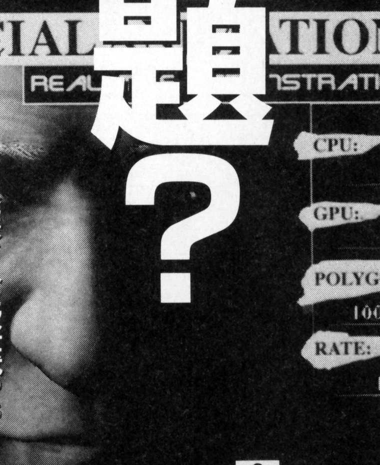
第1特集 話題!問題?

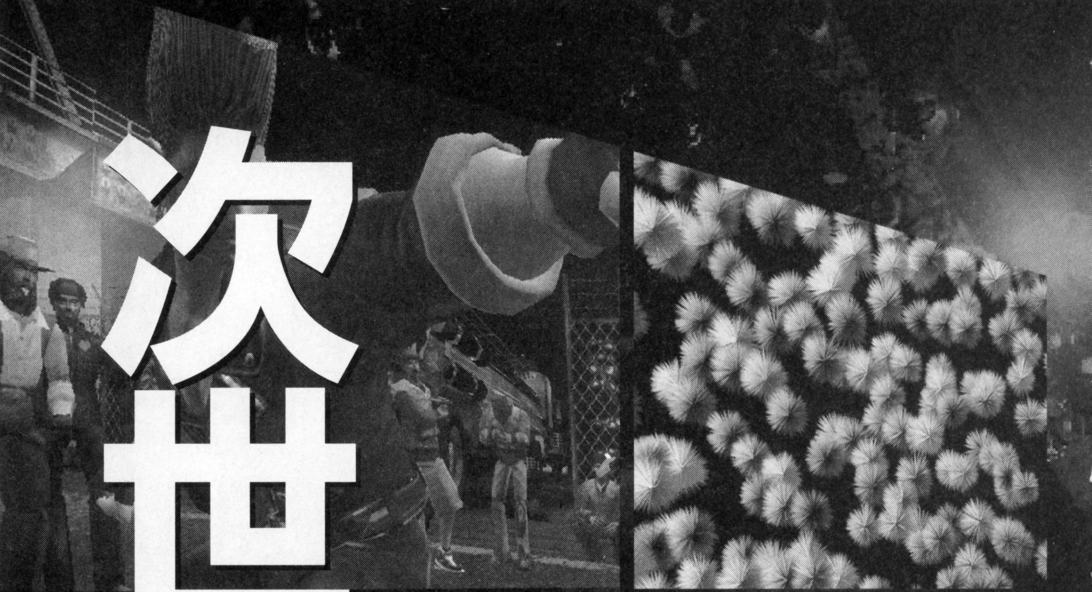




3月2日にSCEIから発表された次世代PSの基礎スペックは、同時に映し出された桁違いのクオリティを持つ3DCGデモの数々と共に、業界を震撼させた。エモーション・エンジンと名付けられたCPUは現行ペンティアムⅢの数倍の性能を持ち、メディアにはDVDを採用。さらに数々のインターフェイスを持つスペックに、業界の誰もが驚きを禁じ得なかった、

それから3カ月。当時の感動は今や現実の課題となり、業界の中で蠢いている。ハードの可能性と比べてほとんど明かされなかった次世代PSでのソフト戦略。次世代PSとはどのような遊びを提供するハードなのか、誰も定義できないでいる。「ゲームひとすじ」のかけ声





次世代PS（プレイステーション）

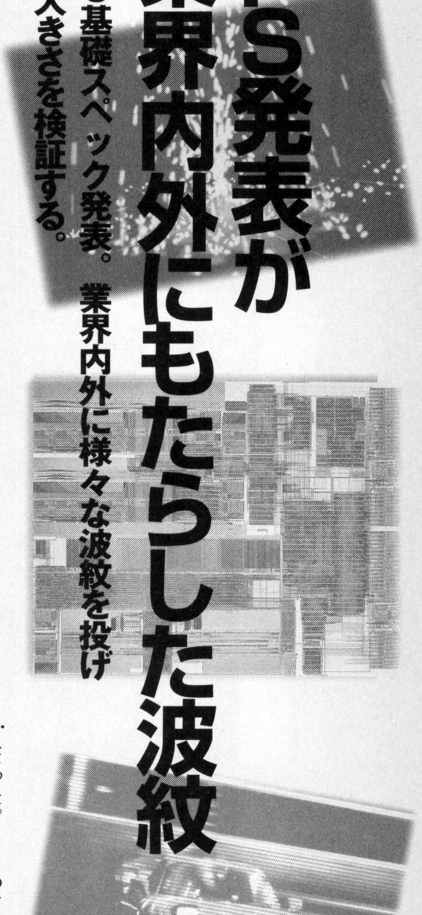
も聞こえてくるが、未だにハードの位置づけは不明瞭だ。その中で否応なしに1年後のハード選択を迫られるサードパーティ。PS1やDC、はたまたGBでの開発を選択するメーカーもあるが、多くは五里霧中だ。

その一方で大半のユーザーは次世代PSなど関係なく『ウンジャマ・ラミー』や『DDR』を遊んでいる。肝心なのはハードの性能ではなくソフトの魅力であることは、いつの時代も変わらない。

まだ基礎スペックが発表されただけで、業界が右往左往する、まさに「次世代PS現象」とでもいう現状は、何なのか。そこでこの特集では、次世代PSにゆれる業界の現状を探ってみた。

次世代PS発表が業界内外にもたらした波紋

3月2日の次世代PS基礎スペック発表。業界内外に様々な波紋を投げかけた、その影響力の大きさを検証する。



次世代PSに見るソニーの企業戦略

「たかがゲーム機」に全力をそそぎ込むソニー。その姿勢はゲーム機を超えた何物かの登場を予感させてやまない。

次世代PSはソニーグループの中核的存在

「ゲーム」の歴史が変わる。いや「ゲーム」という言葉ではもはや括れない、映画や音楽といったジャンルも含めた「エンターテインメント」が大きな歴史的転換点にいることを、'99年3月2日ソニー・コンピュータエンタテインメント（SCEI）が開いた「次世代プレイステーション（次世代PS）」の発表会は、強く来場者たちに実感させた。

次世代PSのスペック面のすごさを挙げればきりがない。インテルの最新CPU「ペンティアムⅢ」をも凌ぐ浮動小数点演算能力を持つ「エモーション・エンジン」、毎秒7500万個のポリゴン描画能力を持つ「グラフィックス・シンセサイザー」、USBやIEEE1394といったインタフェースを持ち、現行PSとの互換までをも可能にする「I/Oプロセッサー」、そしてメディアにはDVD-ROMを採用と、性能面でも拡張性でも現存する家庭用ゲーム機のいずれをも凌駕している。

そんなスペック面での驚きもさることながら、会場を驚かせたのは『たかがゲーム機』の発表会に、親会社のソニーから出井伸之社長、そして大賀典雄会長の2人のトップが登壇して、次世代PSへの華々しい応援演説を行ったことだった。とりわけ出井社長は「コンシューマ・エレクトロニクス時代の幕開けを告げる歴史的な日だ」とまで言い切る絶賛ぶり。おまけに次世代PSの発表から1週間後の3月9日には、SCEIをソニーグループの中でも最重要と位置づける機構改革まで行って、その孝行息子ぶりを社の内外にアピールした。逆にソニーグループのエンターテインメントを背負って来たソニー・ミュージックエンタテインメント（SMEJ）はソニーの100％子会社となり実質的には本体に吸収されてしまう凋落ぶり。エンターテインメント産業の中心が音楽からゲームへと変わろうとしていることを印象づけ

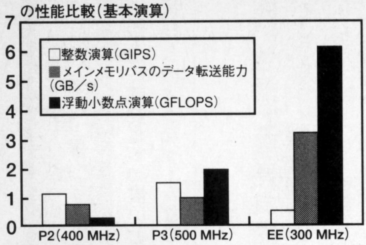
るものとなった。
SCEIがソニーグループの中核となってデジタル・エンターテインメント事業を引っ張る。そんな図式の中で投入されるだけに、次世代PSが担う役割が単なるゲーム機の枠を超え、『家庭内ネットワーク端末』になると見られても不思議はない。PCカードスロットはネットワークへの接続を可能にするし、USBはキーボードやマウス、プリンタといったパソコンでお馴染みの周辺機器と接続できる。そしてIEEE1394、ソニーでは「i・LINK」の呼称で実用化されているインターフェースは、音声や映像の高速でのやりとりやパソコンとの連動を可能にする。

次世代家庭用ゲーム機としては一足早く登場したセガ・エンタープライゼスの「ドリームキャスト（DC）」は、最初からモデムを装備しネットワークコンテンツとの連携を目指した。今夏にはアイオメガ社の「Zip」を外部記憶装置として利用できるようにする。次第に『家庭内ネットワーク端末』としての色彩を濃くし始めている様を見ると、すべての情報がデジタルで供給されるそう遠くない将来を見据えて、次世代PSに不必要なまでに豪勢なインターフェースを持たせたと見るのがむしろ自然だろう。

おりしも次世代PSの技術発表が行われた3月2日は、パソコン用CPUで圧倒的なシェアを持つインテルが、次世代CPU「ペンティアムⅢ」を発表した日でもあった。開発環境にマイクロソフトの「ウィンドウズ」を脅かしつつあるOS（基本ソフト）「Linux」が採用されたこともあり、いわゆる「ウィンテル」連合にソニーが挑戦状をたたきつけたのでは、といった見方もされた。

久夛良木健・SCEI社長以下SCEIの面々は「あくまでもゲーム機」と言って次世代PSのネットワーク端末化、パソコン化を否定する。だが、1200億円もの大規模投資を行って自社で開発から生産までを一環して手がけるCPUは、「VAIO」に代表されるパソコン事業でも利用が考えられる。CGに代表されるデジタルコンテンツのノウハウは、「スカイパーフェクTV」への出資に代表される放送関連事業や、ソニーコミュニケーションネットワークが手がけるネットワーク事業への利用が可能だ。こうしたソニーグループの事業を、次世代PSの技術を発展・応用した家庭内情報端末が統合する、といった未来予想図も決して絵空事ではない。

PentiumⅡ&Ⅲとエモーション・エンジンの性能比較（基本演算）



SCEI広報資料より転載。エモーション・エンジンは浮動小数点演算に特化したCPUである点に注目
（注）EEは実測値。他は公表値に基づく理論最大値。

次世代プレイステーション概要仕様書

CPU	128ビット"Emotion　Engine"
クロック周波数	300MHz
キャッシュ・メモリ	命令:16KB、データ: 8KB+16KB(SP)
メイン・メモリ	Direct　RDRAM
メモリ容量	32MB
メモリバス・バンド幅	3.2GB／秒
コ・プロセッサ	FPU
ベクトル演算ユニット	VU0+VU1
浮動小数点演算性能	6.2GFLOPS／秒
3次元CG座標演算性能	6,600万ポリゴン／秒
圧縮画像デコーダ	MPEG2
グラフィックス	"Graphics　Synthesizer"
クロック周波数	150MHz
DRAMバス・バンド幅	48GB／秒
DRAMバス幅	2,560ビット
ピクセル構成	RGB:Alpha:Z（24:8:32）
最大描画性能	7,500万ポリゴン／秒
サウンド	SPU2+CPU
同時発音数	ADPCM:48ch(SPU2)＋ソフト音源数
サンプリング周波数	44.1/48KHz
IOPI/O	Processor
CPUコア	PlayStation　CPU
クロック周波数	33.8/37.5MHz
Sub-BUS	32ビット
入出力	IEEE1394、USB
通信ポート	PCMCIAで対応
メディア	CD-ROM/DVD-ROM

読者の主張
あなたが次世代PSに期待するものは？

プレステ2はプレステ（元祖）も遊べるらしいですが、とってもいいことですね。64でもスーファミが遊べれば……DCでもSSが遊べれば……。（東京都　「反」改め非・某四角のカオルノ）

誰がゲームを作れるのか？

N64以上に開発負荷の高いと言われる次世代PS。その性能をフルに生かしたゲームを誰が作れるのか。それはどのようなゲームなのか。

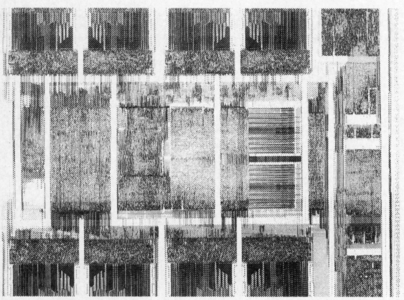
高い性能と開発負荷に淘汰と選別の時代が始まる

圧倒的なスペックを目にし、SCEI自身やスクウェア、ナムコといった外部のソフトメーカーが行ったデモを見て、「これだったらやりたかったことが出来る」と喜んだソフトメーカーもあっただろう。デモ映像の制作に携わったメーカー以外でも、エニックスやカプコン、コナミといった日本を代表するソフトメーカーが、はやばやと参入を表明して持てるリソースを注ぎ込み、今冬といわれるハードの発売に間に合うよう、企画の練り込みに入っている。

なかでも目立った動きをしたのがスクウェアだ。4月1日にスクウェアが発表した計画によると、CG部門、サウンド部門、プログラミング部門、企画・シナリオ部門などソフトの開発に関わるさまざまな部門を分社化し、本社には管理部門のほか『ファイナルファンタジー』シリーズに代表される大作ソフトを統括する部門を残すというもの。これまでにないスペックを誇る次世代PSに対応したソフトを制作するには、開発費用や人材資源を必要な時期に集中する必要がある。分社化したそれぞれの会社から必要な人材をピックアップし、チームを編成してソフト作りにあたらせる体制を作ることで、ゲームの開発規模に応じてフレキシブルな開発計画を組むことが可能になる。

しかし一方では、あり余るハードスペックをどこまで引き出せるソフトを作ることができるのか、少なくない数のソフトメーカーが不安な気持ちを抱いていることも事実だろう。1つには開発費用の問題がある。現行PSでも10数億円といわれる開発・宣伝費用を投じることができるメーカーだけが、スペックをフルに引き出したタイトルを発売し派手な宣伝を行ってユーザーへの認知度を上げ、ミリオンヒットへと結びつけることができる。その陰で工夫と努力で作り上げた自信作が、数万枚からひどければ数千枚というレベルでしか売れず、はては会社を畳まざるを得ない事態も起こっている。

SCEIではタイトル数を確保するために、現行PSの時はライブラリを整備してライセンシーに無料で供給し、開発負荷を下げるという中小メーカーの要望に応えてきた。次世代PSでもライブラリの提供を期待する声がはやくも



4 MバイトのDRAMを集積したレンダリング用LSI



実車の写り込みを思わせるGTのデモ映像

出ているが、どうもＳＣＥＩはライブラリの提供を行わないのではないかという見方もあり、バスに乗り遅れはしないかと中小メーカーを心配させている。

ＳＣＥＩでは次世代ＰＳで開発ツールとなるミドルウェアを外部のソフトメーカーにライセンスする方針を発表している。すでにグラフィックソフトのメーカーを中心に大手のソフト会社がライセンシーとして名乗りを上げているが、実際にツールが製品となって登場してくるまでにはどうしてもタイムラグが出る。その間に体力のある大手メーカーは自社で開発ツールを作って次世代ＰＳ向けソフトをどんどん作っては市場に送り込む。ミドルウェアメーカーと提携してＣＧのプログラムを自社のタイトル向けに開発させるかもしれない。自社で開発ツールを組めず外部とも提携できない中小メーカーは、ミドルウェアがひととおり出そろうまでは現行ＰＳやＤＣ向けのソフトをせっせと作るか、ゲームボーイを筆頭に根強い市場を持つ携帯用ゲーム機向けソフトに注力するしかなく、ますます格差は広がっていく。

次世代システム向けツール・ミドルウェアライセンス契約
導入検討メーカー一覧（1999年2月26日現在）

Alias Wavefront Inc.
Angel Studios Inc.
Animation Science Corporation
Criterion Software Limited
MathEngine PLC
Metrowerks Corporation
NewTek INCORPORATED
Nichimen Graphics Inc.
S.N.Systems Software Limited
Softimage co.
ニチメングラフィックス株式会社
アビッドジャパン株式会社
株式会社ディ・ストーム
オートデスク株式会社

「ゲーム」から「楽しさ」へ それは原点回帰なのか？

たとえ開発環境が整っても、ゲームクリエイターの能力の問題は解決しない。任天堂の「ＮＩＮＴＥＮＤＯ64」が登場し、『スーパーマリオ64』が発表された時、３Ｄ空間を自在に走り回るマリオの姿に誰もが新しい時代の訪れを予感した。だが発売されてもう何年も経つのに、『マリオ』を超えて話題になるソフトは『ゼルダの伝説 時のオカリナ』まで登場しなかった。与えられたハードのスペックにクリエイターの発想が追いつかないのだ。

ハガキの裏に描くイラストがいくらうまくても、２メートル四方もあるカンバスを前にすると何をどう描けば良いのか戸惑ってしまう。次世代ＰＳが与えるカンバスの大きさ、絵筆の能力は「Ｎ64」の比ではない。任天堂が「スーパーファミコン」で築き上げた家庭用ゲーム機の『帝国』が、またたく間に小さくなってしまったのと同じ轍を、次世代ＰＳが踏まないという可能性は皆無ではない。

確実に上がったバーを超えられるゲームメーカーは多くはない。だが表現の可能性もともに向上したことで従来にはなかった分野からの次世代ＰＳへの参入も期待できるようになった。例えばハリウッドに代表される映画業界。すでに「トイ・ストーリー」や「バグズ・ライフ」といった３ＤＣＧのみで作られた映画が実現されているが、次世代ＰＳではそうした映画と同等あるいはそれ以上のクオリティで映像を表現でき、かつ自由に操作できるようになる。２００１年の公開を目指して制作が進んでいる「ファイナルファンタジー ｔｈｅ ＭＯＶＩＥ」の発表会場で、監督の坂口博信スクウェア副社長が唱えた、最終的にはキャラクターを自由に動かしたいという望みを次世代ＰＳの上でならかなえることができるのだ。

現行ＰＳの生みの親であり次世代ＰＳでも先頭に立って事業を引っ張る久夛良木ＳＣＥＩ社長はよく、会社の事業を３段階に分けて現行ＰＳで第１段階を達成し、次

読者の主張
あなたが次世代PSに期待するものは？

低価格で高性能のマシン、ソフトをより早く供給すること。いっそのことソフト作りなんて数社で分散したっていいと思うよ。それぞれ得意なトコで生き残れ!!（千葉県　カベジマイサム）

世代PSで第2段階へと進むのだと発言する。ゲームをコアユーザーからライトユーザーへと広げたのがPSなら、参加する企業をゲーム会社からより広義の「エンターテインメント産業」へと広げるのが次世代PS。その旗印ともいえる「エモーション・シンセシス（情緒合成）」と名付けた新しいコンセプトは、見た目の美麗さもさることながら、自然の複雑な動きや人間の感情といったものまでをも、CPUで処理して表現することを目指している。

ならばその先に広がる第3段階では何が起こるのか。「ポストペット」のようにコミュニケーションの手段にエンターテインメントが組み込まれた世界かもしれず、またエレクトロニックコマースのようにデジタル技術が流通の世界で日常的に使われている世界かもしれない。「ゲーム」というカテゴリーに収まらない、文字どおり「コンピュータ・エンタテインメント」の実現に向けて大きく1歩を踏み出したSCEIにピッタリと併走し、21世紀のエンターテインメント地図にその名を刻むことができるか否か、ソフトメーカーにとってすでに選別は始まっている。

DVD&家電業界への波紋

次世代PSのもう1つの特徴がMPEG2再生。「DVD映画が視聴可能？」とユーザーの関心も高い。DVD&家電業界は次世代PSをどう見るのか？

ハードメーカーはイライラ ソフトメーカーはヤキモキ

メディアにDVD－ROMを使用する「次世代PS」。そこで浮かび上がってくるのが当然のことながら「映画やアニメのDVDは見られるの？」という疑問だ。技術発表の会場でも、その後数々のメディアが行った久夛良木SCEI社長へのインタビューでも「DVDビデオをサポートする」との明確な発言は得られておらず、DVDプレーヤーを製造しているハードメーカーをイライラさせ、DVDタイトルを制作しているソフトメーカーをヤキモキさせている。

「家電業界の救世主」として華々しくデビューしながらも、今ひとつ波に乗りきれない感のあるDVDビデオ。3時間ある映画でも12センチの中へ迫力の音声と高クオリティの画質でらくらくと収録でき、英語字幕や2重音声も思いのままに切り替えられる能力は高く評価されながらも、圧倒的な普及率を誇る家庭用VTRの前にハードの普及が伸び悩み、数千枚しか売れないからとタイトルの供給も不十分だった。

立ち上がり時でも年間に百万台は確実で、最終的には現行PSの5000万台（今年度はさらに1700万台を売る方針とか）を上回る普及台数を目指す次世代PSがDVDビデオをサポートしていたら、市場を得たソフトメーカーは一気に活気づく。そう期待を寄せる映像ソフトメーカーは少なくない。ゲーム機としての次世代PSを最初に購入するコアユーザーと相性の良いアニメーションや特撮といったマニア向けのタイトルが、現在のLD中心からDVD中心へとシフトする可能性は高い。



普及したらしたで、映画や音楽といった一般的なソフトがビデオに変わって次々とDVDでリリースされ、現在ですら4000円を切るものもある価格がさらに下がって市場を推し広げ、その収益が映画制作へと還元されてさらなる映像文化が花開くことも考えられる。夢のようなチャンスがそこには広がっている。

だがソニー自身も含めた家電・AVメーカーは、次世代PSにDVDビデオを再生できる機能がつけば、ようやく活気が出始めてきたDVDプレーヤーの市場が大打撃を受けると心配する。なるほどDVDビデオの再生コントロールは複雑で、別にROMを付ければその分価格が高くなるため、次世代PSにはDVDビデオとのコンパチビリティーを持たせないだろうと見る向きもある。ハード的な能力は持ちながらも、アジアでのビデオCD対応をのぞいて一切の機能拡張を拒み、ゲーム機に特化する戦略を守り続けたSCEIと、その戦略を指揮した久夛良木社長の性格に着目する人もいる。

高品質の音響効果を実現できる「DTS」に対応した最新型のプレーヤーが、秋葉原あたりでは5万円を切る店頭価格で販売されている状況を前にすると、価格面はそれほど大きな理由にはならないだろうとも思えてくる。むしろターゲットがボケてしまうことの懸念や、AVメーカーでもあるソニーグループとしての戦略から、あくまでも家庭用ゲーム機としての次世代PSを最初の段階では投入し、状況に応じて機能を拡張していく方策をとるのではないか。

セガのDCが伸び悩みへの焦りからダッチロールに陥り、かつての王者・任天堂が「ゲーム」にこだわり続けるなかで、ソニーグループが本腰を入れて取り組む「コンピュータ・エンタテインメント」の創造。その一端があと1年を待たずして登場するであろう次世代PSによって示される。圧倒的なスペックを前にクリエイターは何を考えているのか。「ゲーム」は一体どうなってしまうのか。驚きの時までもあと少しだ。

用語辞典

浮動小数点演算
-6×10^4など、実数を符号と仮数部、指数部の３要素にわけて演算する方式。ポリゴンの座標などは往々にして整数で割り切れないため、浮動小数点演算に向いている。そのためこの性能は３DCGの能力に直結する。エモーション・エンジンは浮動小数点演算で現行ペンティアムⅢの数倍の性能を誇っているが、次世代PSの発売自体が今冬で、以後数年間は性能が向上しないことを考えれば、然るべき性能と言えるかもしれない。

整数演算
小数点以下を切り捨てて処理する演算方式。処理速度は速いがポリゴンなどの複雑な計算には向かない。特に映像関係では、2Dの画像処理や画像の圧縮・展開などに威力を発揮する。

メインメモリバスの転送能力
CPUとメモリ間のデータの転送能力のこと。CPU内部の計算速度がいくら速くても、メモリとCPU間のデータ処理能力が乏しければ、全体の処理能力が頭打ちになってしまう。

Linux
コンピュータ全般の管理をする最も基本的なプログラム（OS）の１つ。ウィンドウズやマックOSなどに比べて、使い易さでは劣るが、無償で入手でき、軽くて堅牢なので、ネットワーク用途を中心に人気が拡大している。パソコン業界では対マイクロソフトの本命と見なされることもあり、次世代PSの開発ツールにLinuxが採用されたことで注目を集めた。

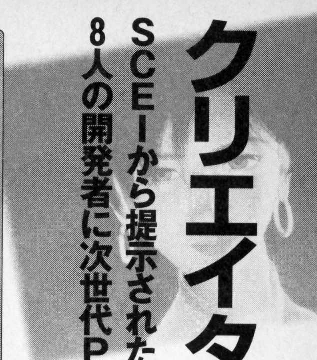
USBやIEEE1394
共にパソコンのインターフェイスで、非常におおざっぱに言えば、前者はマウスやジョイスティックのコネクタ、後者は画像入力端子の進化版、と見なすことができる。ゲーム機として考えれば無用の長物なのだが、将来VAIOやデジタルビデオ、ルータなどの接続用途が生まれるかもしれない。

タニグチリウイチ：　1965年生まれ　ゲームやアニメやオモチャといったオタク市場に異常なまでの関心を示して取材する某新聞社の経済記者。「ドリームキャスト」は発売初日の行列を取材に行ってその足で並んで買ってしまった浮かれ者。今は「ハイパーディアブロ」特訓中！

クリエイターに聞く次世代PSの可能性

SCEIから提示された次世代PSという器にゲーム開発者は何を盛りつけるのか
8人の開発者に次世代PSへの思いを聞いた。

聞き手・構成／大和田信・編集部



開発者インタビューNo.1　スクウェア次世代PSデモ映像開発チーム

メディアの垣根が消失する

美麗なCGで業界をリードする同社。次世代PSの圧倒的なグラフィック性能に何を思うのか？

Q：次世代PSデモ映像制作の経緯、また制作段階での機材、ツールなどについて、可能な範囲でお聞かせください。

A：大変申し訳ございませんが、当社からのコメントは控えさせていただきます。

Q：デモ映像のコンセプトと実現度、また制作過程で最も苦心された点はなんでしょうか？

A：プレイステーションと次世代機の高いポテンシャルをわかりやすく表現するために、人間の感情表現と動作の表現にポイントを絞り、デモを制作いたしました。実現度という点では「未知の機材」で「短期間での制作」でしたが、できる限り新しい機能、従来不可能だった表現を盛り込むことができたのではないかと思います。

Q：次世代PSの可能性や、ハードに対する認識、また次世代PSのどのような点に最も興味を引かれますか？

A：プレイステーション次世代機は、高度な映像表現力、大容量のデータを展開可能としたDVD－ROM、高品位な映像の魅力をさらに高める最先端のサウンドシステムを備えています。さらに高性能のCPUにより今までにないゲームシステムの創造が可能になるであろうと考えています。その結果、これまで存在したメディア間の様々な垣根を取り払うであろうと考えています。

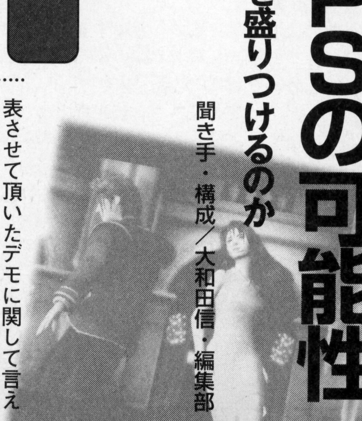
Q：開発チームにとって「エモーショナル・エンジン」という概念をどのように捉えられましたか？

A：デモを制作したとはいえ、まだまだ未知の部分が多く、現段階では具体的な言葉でご回答することができません。ですが、逆に言えばそれだけ未知の可能性を秘めた物であり、今回スクウェアが発表させて頂いたデモに関して言えば、人間の感情や想いを表現することが出来る物だと言えるのではないでしょうか。

Q：次世代PSによってゲーム制作及び業界はどのように変化していくでしょうか。変わる点、変わらない点を1つずつお聞かせください。

A：〈変わる点〉ゲームというジャンルを超え、新しいデジタルエンタテインメントの出現のきっかけになるであろうと考えます。
〈変わらない点〉例えば携帯ゲーム機などに代表されるような、ゲーム性を持ったエンタテインメント＝テレビゲームという文化は引き継がれるかと思います。

（アンケートによる回答）



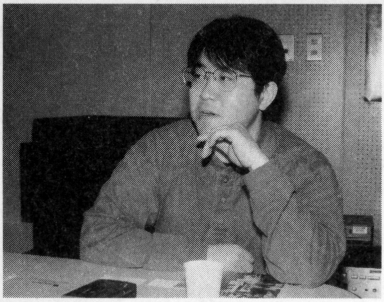
開発者インタビューNo.2　ドリームファクトリー代表取締役／ゲームデザイナー　石井精一氏

エアガイツのOP風のゲームを……

「格闘ゲームに新風を！」『エアガイツ』で果敢に挑戦を挑んだ石井氏は、次世代PSに何を見たか？

プログラム技術もハードに負うので楽になる

デモについては以前からお話はいただいていたんですが、実際に開発器材が会社に到着したのは1ヶ月ぐらい前。ちょうどPS版『エアガイツ』の開発が終わって、スクウェアの方から「デモをやらないか？」と話が来たんです。


「作り手にセンスが要求されますね」

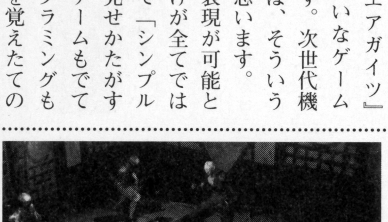
デモ制作の体制はどちらかと言えばCGムービーの作り方に似てましたね。今まではキャラのポリゴン数を何百以下で作るとか、背景も単純な方が良いとか、そういう制限の中での作業がゲーム作りの大半を占めていました。だけど次世代PSの描画能力があれば、そういう心配を全くしないでゲームが作れます。

そのため、これまでマシンの能力によって押さえられていたクオリティが、開発者の技量によって大きく影響を受けるようになるでしょう。言い換えれば、作り手次第であらゆることが表現可能になる。良い絵を作るために必要ならばポリゴンはいくら使ってもいい。今考えると『エアガイツ』のときは大変でしたね。箱を蹴ったら壊れて飛び散るようにしたくても、実際に動かせる範囲には限界があり、あきらめるという悲しい決断をしなければならなかった。

それが今後は、ハードの限界というのはとりあえず気にしないで、今までとは違うゲーム性を持った、全く新しいゲームを作れるようになると思います。現時点ではどこが違うのかは説明しづらいんですが、実際に手に取ってもらえばすぐに分かるはずです。格闘ゲームでいえば多人数での戦いはもちろん可能だし、1対1の戦いも、戦う場所が格段に変わるでしょう。ある方に「『エアガイツ』のオープニングみたいなゲームを」と言われたんです。次世代機で何が可能かといえば、そういうことじゃないかなと思います。

ただ、高度な映像表現が可能とは言っても、それだけが全てではないと思う。小人数で「シンプルな構成なんだけど、見せかたがすごく上手い」というチームもでてくるだろうし。プログラミングも楽になって、C言語を覚えたての学生とかでも、アイディアさえあれば面白いゲームが作れる環境だと思う。ただ、映像にこだわるのならば、良い映像であることが最低条件だと思います。下手な映像をだすわけにはいきませんからね。

下位互換性を利用して、PS用のゲームを作るという方向もありますが、僕としては考えていません。今までの苦労をしなくてすむ性能を持っているのだから、やらないわけにはいかないでしょう（笑）。もちろん、すでに動いている企画に関してもとても意味のあることです。売り上げも大幅に違ってくるでしょうしね。（談）


狭い室内での乱闘。デモ映像の1コマより。

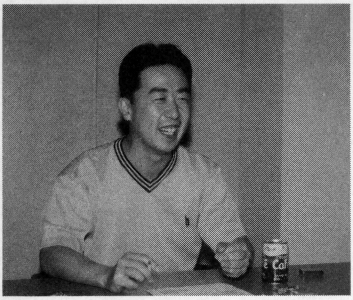
開発者インタビューNo.3　ナムコVS開発部　係長　山田昌紀氏

外部との提携が重要になる

『鉄拳』シリーズで注目のナムコ。同シリーズに当初から係わっていた山田氏は、次世代PSに何を見たか?

開発ではミドルウェアが重要になりますよ

　現行PSはある意味で「このようなゲームを作ってください」と言われているようなハードでした。3D描画に特化しているとはいえ、ハードの限界もあり、それほど自由な表現はできない。『鉄拳』も1から3までプログラム的にはそれほど進化したわけじゃありません。しかし次世代PSはハードの方向性が広いために、どのようなゲームを作るか、まだ誰も提示できないでいます。たぶんSCEIも模索中でしょう。ウチのデモにしてもわずかな開発期間で無理矢理に作ってます。今思うと「良く動いた」というのが正直な感想ですよ(笑)。ハードの制約がなくて自由に作れるという意味では楽しいけど、選択肢が多すぎて泥沼にはまる危険もありますね。



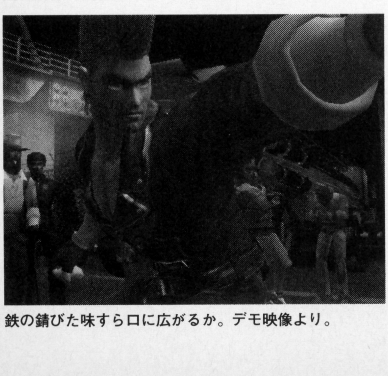
「新しい玩具を貰った感じです」

　次世代PSのゲーム開発では、ミドルウェアを上手く使うことが重要になるでしょう。中小メーカーが残っていく意味でも重要なポイントになるはずです。次世代PSはハードのポテンシャルが高いから何でもできる。そうなると小規模のメーカーはグラフィックからサウンドまで全部に手が回らない。その際に、例えばCGが得意な会社に「波の動きを再現するCGプログラム」などと注文すればいい。単に高価なツールを買ってくるだけじゃなくて、メーカー同士が相談して発注する。それをSCEIが仲介するわけでなく、企業が個々に取り引きするのがミドルウェアなんです。どちらかというと開発協力に近いですよ。

　ナムコにも、こうしたプログラムを開発する部署はあります。だけどゲーム業界以外の、CGやプログラム技術が得意な会社と協力すれば、お互いに良い影響があると思うんです。

　僕は元々アーケードの出身だから、そうした技術を最終的にはアーケードに還元したい。次世代PSの業務用互換基板は是非欲しいですね。ゲーム性を変えるというほど大袈裟な物じゃないけど、レースゲームなんかは家庭で練習してゲームセンターでお披露目するだけでも面白い。閉塞感のある市場も少しは違ってくるでしょう。

　ゲームが記号で表現されていた時代は、一部のマニアの物でしかなかった。スペックが上がることで表現力が上がり、ゲームが一般化してきた流れがあります。そうなればゲーム業界以外のクリエイターも参加します。外部の血や横のつながりが大切になるし、必然的にそれを調整するコーディネーターが重要な役割を担うようになる。現状でもCGムービーなどは外部に発注する場合が多い。今後はその傾向が加速するでしょうね。それでも、一番作っていて楽しい部分は、社内の開発者がやると思うんですが(笑)。(談)



鉄の錆びた味すら口に広がるか。デモ映像より。

開発者インタビューNo.4　コナミ コンピュータ エンタテイメント ジャパン取締役副社長／制作1部長／ゲームデザイナー／監督　小島秀夫氏

ゲームのルールが崩れていく

ゲーム業界随一の映画通として知られる小島氏。次世代PSで実現したいゲームアイディアとは

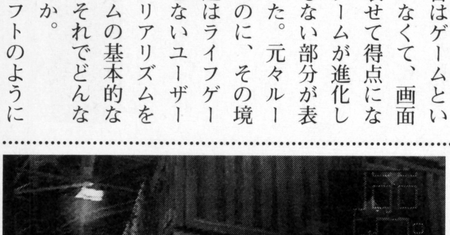
やっぱり「エモーショナル・エンジン」ですね。僕は「久夛良木さんエンジン」と呼んでます(笑)。ネーミングがいいですね。場の空気などの曖昧な部分まで表現したいという気持ちが伝わってきます。ただ発表会でも言われてましたが、物理計算で人間の動きが再現できるなどの言葉にはやや動揺しました。いわゆる理科系の人が物凄く真面目に作った感じで、もうゲーム開発者なんていらんのちゃうかと。ただ、いくら本物の火や波の動きを再現しても、それでは物理シミュレーションなんですよ。本当の波と人が感動する波はまた別物です。何十年後かわかりませんが、MITの博士号を持った人ばかりでゲームを作ってるとします。だけど多分つまらない。そこで僕が呼ばれるんです。「なにしてんのぉ、こんなんオモロイわけあるかい～アホ」とか言いながら直していくのが夢（笑）。「そんなことわからないの？」と素朴な意見が言える。エモーショナルの鍵はそこにあると思います。

次世代ＰＳでやりたいことはあります。でもそれは映像の美しさじゃない。『メタルギア～』を次世代ＰＳで作るなら、これまで1度に4体の敵しか表示できなかった部分を強化したい。1度に小隊とか、中隊、できれば1万人ぐらい襲ってくるなんて、誰も体験したことないですよね。僕も体験したことがない（笑）。ただ、次世代ＰＳでゲーム性を重視してローポリゴンのゲームを出しても、「今どきアホちゃうか」とユーザーから思われたら困りますけど。

結局はゲームのルールが崩壊していくんですよ。昔はゲームといえば自機と敵しかいなくて、画面に出る物はみんな壊せて得点になった。そのうちにゲームが進化して、敵でも味方でもない部分が表現できるようになった。元々ルールを決めて動いていたのに、その境目がなくなる。最近はライフゲージの意味すらわからないユーザーも多いですからね。リアリズムを追求していくとゲームの基本的な部分が崩れますよ。それでどんな面白いことができるか。

例えばＤＶＤのソフトのように映画の字幕が変えられたり、戦闘シーンで武器の説明が流れるだけのソフトもありでしょう。逆にそういうソフトが出てきて欲しい。ゲームだけじゃなく、次世代ＰＳという家庭用エンターテイメント・マシンにいろんな物が入ってきてほしい。もう映画を撮ってた人が「アクションゲームを作るぜ」という必要はないんです。インタラクティブな映像で頑張ればいい。僕はゲームで頑張りますから。その上で、次世代ＰＳでどちらを遊んでもらうか、ですね。（談）


「何か抜本的な変化が欲しい。匂いとか（笑）」


潜入の緊張感が魅力的。『メタルギア ソリッド』

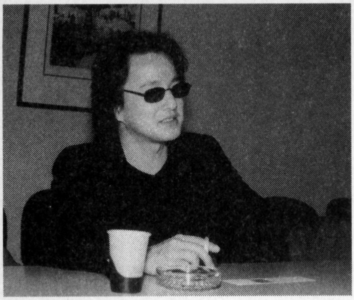
開発者インタビューNo.5　アトラス第1開発部取締役部長　岡田耕始氏

ソフトの時代に変わりはない

メガテンからプリクラまでと幅広く活動する同社。『ペルソナ2』『魔剣X』を前に何を思うか？

ハードの限界を感じるなら次世代PSはやるべき

次世代PS発表と、それに続く一連の報道で自分が一番感じているのは、これだけソフトの時代だと言われているのに、まだ新ハードが出るとスペックが重要視されることです。ゲーム機の価値はソフトにあるわけで、ハードが何であれソフトが面白いなら良いと言う構図は変わらない。

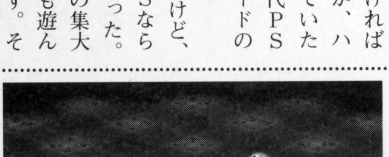


「次世代ＰＳのネットワーク性には注目しています」

PSでハードとして進化したが、それよりも2Dから3Dへゲームが進化した方が遥かに重要なこと。あれは完全なソフト側での改革でしたね。しかし、次世代PSだけじゃなくDCにしても、ソフトに関してはそうじゃない。否定的に言ってるわけじゃありませんが、次世代PSならではのソフトが打ち出されていない。ハードの展開と同時にソフト戦略もないと「次世代PSは面白いか？」と聞かれても分からないです。ただ、自分が新しいハードに挑戦するときはゲーム性を追求したい。ビジュアルにこだわりたいなら映画なり映像に特化したメディアでやればいいですから。

次世代PSのリアルタイム映像の美しさをCGムービーと比較するのは、尺度の違いだから一概には言えません。ユーザーがどう感じるかは分からない。むしろ、映像の見せ方の問題もあるのでは。『魔剣X』では、普通ならムービーで見せる場面をリアルタイムCGで処理しています。そうするとプレイヤーごとに違うシーンを見ることができる。DCの性能云々は抜きにして、見せ方の部分でCGムービーとは違う試みに挑戦しています。表現としてどう見せるかでしょう。ただし、60分の1イントで見せるとなればCPUパワーは必要。ゲーム的に面白ければハードは何でもいいんですが、ハード的なスペックで断念していたアイデアがあるなら、次世代PSで作るべきです。決してハードの進化は否定しませんよ。

「ハードありき」じゃないけど、『ソウルハッカーズ』はSSならではのゲーム性を出したかった。ただ『女神転生』シリーズの集大成としてPSのユーザーにも遊んで欲しいから移植したんです。その分移植には苦労しました。PSの研究期間も十分とりましたしね。そうした努力が無駄にならないので、下位互換はうれしいですね。前から下位互換についてはSCEIに「完全互換でなければ意味がない」とお願いしていたんです。ところが、内蔵チップを搭載していて、完全互換どころか値段もそれほど変わらないと聞いて感激しましたよ。PSのノウハウはこれからも研究していきます。それに海外の市場の調子がいい。今はPSの海外市場が成長期です。これからはワールドワイドな市場展開も考えないとね。　（談）



噂システムに期待『ペルソナ２ 罪』

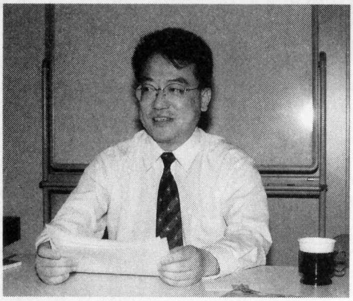
開発者インタビューNo.6　トレジャー代表取締役社長　前川正人氏

ゲームの根底はアイディア

硬派なアクションゲームで人気の同社。発表会の映像で感じたこととは？

エモーション・エンジンは映像の質的転換の意味では

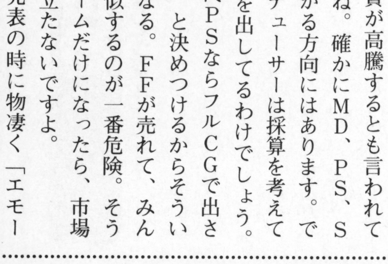
　スペックの凄さは噂には聞いていたんですが、「本当だったんだ！」という事で、やっぱり驚きましたね。それと会場は凄く盛り上がってたのに、帰りには暗い表情の人もいる。なぜかなぁ（笑）。スペックは、間違いなく素晴らしいです。ただデモ映像を見て「あんなの作れるの」と感じて、不安になった人もいるのだと思います。「これだけの土壌を与えられ、作れる幅が広がった」単純にそう捉えたほうがいいと思います。「開発費は5億、10億で、スクウェアさんと勝負しなくちゃいけないのでハードルがいっきに高くなる」という話ばかりになっているのはナンセンスです。まあ、初期参入の大手メーカーは間違いなく凄いゲームを作られると思うので、それに対して何をするのか、そう考えたほうがいい。


「みんながフルCGのゲームを作る必要はない」

　ゲームの本質は遊んで面白いか、つまらないかです。グラフィックは飾りつけの部分。それが今はメインになっている。それは話が違うと思います。映像が綺麗に越したことはないですが、根底はアイディアですから。『ウンジャマ・ラミー』や『ビートマニア』が凄いのは、グラフィックよりアイディアですよね。『ビートマニア』を次世代PSで出してもやっぱり売れると思うんですよ。アイディアで勝負しているものは、どんなハードになっても売れ続けます。うちは今までアクションなど「王道」と言われるゲームを手掛けてきましたが、それ以外を否定しているわけではありません。むしろ「これがゲームだ」とか、明確に定義づける必要もないと思いますね。

　開発費が高騰するとも言われてますよね。確かにMD、PS、SSと上がる方向にはあります。でもプロデューサーは採算を考えて開発費を出してるわけでしょう。「次世代PSならフルCGで出さなきゃ」と決めつけるからそういう話になる。FFが売れて、みんなが真似するのが一番危険。そういうゲームだけになったら、市場が成り立たないですよ。

　あと発表の時に物凄く「エモーション・エンジン」っていうことが強調されましたよね。あれはつまり「これからはポリゴンの量的拡大が問題じゃないよ」ということではないかと。今までのハードはグラフィックの限界に挑戦してきたけど、限界はもういいから「このハードでなにができるのか」を考えて欲しいというメッセージだと私には聞こえましたね。情緒うんぬんは、それを分かり易く説明するための、SCEIさんお得意の表現でしょう。冷静に考えると「CPUはエモーション・エンジンです」とか言われてもよく分からないんですけどね（笑）。（談）


独創的かつ高い完成度『レイディアント シルバーガン』。

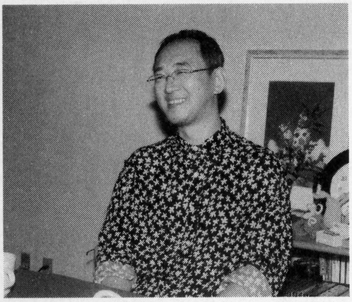
開発者インタビューNo.7　ムームー代表　森川幸人氏

綺麗なCGに飽きたところが出番

『がんばれ森川君2号』などAI搭載のヘンテコゲームが得意な同社。ハードの向上をどう捉えるのか?

中身勝負のゲームは最初は出しにくい

僕らは必ずしも次世代PSに「Welcome!」というわけではないんです。どうせ最初のうちは最先端のCG技術を用いたソフトばかり発売されるだろうし、できればそれらの1級品はさっさと出しきってもらいたい。その後でなければ、僕らのようなアイディア勝負の人間は太刀打ちできませんよ。家庭用ハードでは、もうしばらく次世代PSより凄い物は出ないでしょう。その意味でも「綺麗な3D映像が良い」という価値観が1度燃え尽きちゃってくれないとね。



「もう反射神経系のゲームはできませんよ(笑)」

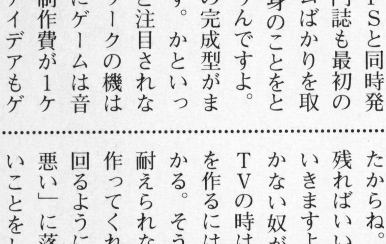
そういうことがクリアになったら「もう、いいですか?」なんて言って登場しますよ(笑)。そうでないと参入しても小さい会社は傷を負うだけです。ソフトを発売するとしても次世代PSと同時発売はしたくない。専門誌も最初の頃は映像の凄いゲームばかりを取り上げて、ゲームの中身のことをと言っても無駄だと思うんですよ。

問題は3Dゲームの完成型がまだ出ていないことです。かといってDCの通信がさほど注目されない以上、まだネットワークの機は熟していない。それにゲームは音楽や小説と比べて、制作費が1ケタ違います。新しいアイデアもゲームメーカー側としては「面白いと思うけど…」となるでしょう。そうなるとゲーム業界の先はない。まぁ、その時は自分1人だけじゃなくて、みんなで沈むんだからいいか(笑)。

僕らはTVでその状況を1回体験してるんです。バブルの時に深夜放送の枠が一気に広がって、制作にお金がたくさん使えたんですよ。でもバブルは弾けちゃいましたからね。その結果、本物だけが残ればいいけど、本物ほど逃げていきますよ。そこにしがみつくしかない奴が残る方が最悪ですね。TVの時はそうでした。よい作品を作るにはそれなりの制作費がかかる。そうすると局の製作者側が耐えられない。だから安く作品を作ってくれる会社にばかり仕事が回るようになる。淘汰は「安くて悪い」に落ちていくんです。面白いことをしたい人は逃げちゃう。

それにゲームに限らず何か面白いことが他にもあるでしょう(笑)。僕に限らずゲームオンリーじゃない人はみんなそうです。申し訳ないですけど責任感はないですよ(笑)。「ゲームがつまらない」なら他の楽しみ、釣りや、プロレス、何でもいいから見つければいい。

まだゲームというメディアで言いたいことはあるから、後2~3本は作りたいですね。売れないようならやめますけど(笑)。僕ぐらいの年になると、ビールを飲みながら野球中継を見るぐらいのテンションでゲームをやりたい。そういうことを表現したいです。(談)



独特のダラダラ感が楽しい『アストロノーカ』

開発者インタビューNo.8　パリティビット代表取締役　薗部博之

性能より本体やパッドのデザインが見たい

『ダビスタ』『ベストプレー』と一貫して新しい遊びのルールを発明する薗部氏。次世代PSに思うものとは？

ユーザーの興味が映像だけに向くと寂しい

僕はゲームを作る上でハードを決定するときに、性能はあまり気にしません。むしろ本体やパッドのデザインなどにインスピレーションを受けて、ゲームを作りたくなることが多いんですよ。ＰＳのパッドは良かったな。手で握って初めて納得できたデザインです。だから次世代ＰＳにもまだ関心は薄いんです。むしろ本体やパッドのデザインを早く発表して欲しいですね。


「システムより画面が重視されるのは逆だと思う」

本来ゲームは遊んで面白いか否かだと思うんですが、最近は『ダビスタ』でも「オープニングの馬のＣＧに感動しました」という声が、結構多いんですよ。不思議な気持ちになりますね。もちろん競馬のレースシーンなどは、画面が綺麗に越したことはないんですが、厳密に言えば馬の走る様は一頭ずつ違うので、それを細部まで作り込むことが良いとは思わない。

ゲームが３Ｄになる傾向も善し悪しで……僕は古い開発者なのかもしれませんが、ゲームを作るときは、まず頭の中でゲームの設計図を描いて、自分で面白さが納得できてから、開発に入るんですよ。モニターの画面の広さはこれだけだから、キャラクターの大きさはこのくらいで……と逆算もできる。これが３Ｄになると、頭の中で面白さが想像できないんです。

今はＧＢ版の『ダビスタ』の制作を行っています。ＧＢで馬の種付けをしたり、調教を行って、いざレースシーンではＧＢをＮ64に繋いで、綺麗な画面で楽しむこともできるようにする。そうすれば各自が馬のデータを持ち寄って対戦することもできますよね。またＧＢなら種牡馬の交換もお手の物。これなら面白さもわかりやすい。

ただハードの初期は、ユーザーも次世代ＰＳならではの画面の綺麗なゲームを望むでしょうし、そうすると制作費もかかる。僕らのような小規模のソフトハウスには正直、荷が重いと感じます。ゲーム制作はルール作りだと思っているので、ユーザーの関心が映像だけに向くと寂しいですね。（談）

取材を終えて…

今回インタビューをして感じたのは、次世代ＰＳの発表で多くのクリエイターが昏迷の中にいることだった。原因はＳＣＥＩが企業同士の駆け引きを重視した結果か、ソフト戦略を無視する形で発表したことにある。確かにＮ64は「マリオを作れ！」と明確なゲーム性を主張して低迷している（松下と任天堂の新ハード発表には驚いたが）。しかし、それでもハードの胴元としての最低限の責任はあるはずだ。ソフトの開発がある意味でギャンブルである以上、中身を見せない賭場は成立しないのではないか。

幸いにもインタビューを受けて戴いたクリエイターたちは、迷いながらも「新しいゲームの形」を考えている。それぞれに思いは違うが、まだゲーム業界が多様性に富む証拠だと捉えたい。

次世代ＰＳの過熱報道をしたマスコミは、肝心のユーザーへ正しい説明をすべきだ。

大和田　信：1971年生まれ。某ゲーム雑誌で駄文を書き散らすこと4年、現在はフリーライターとして活動中。次世代PSに関してはソフトのラインナップが見えない以上「肯定も否定もせず」と愚考する。DVDが見れるなら即買いだけどね～え。

期待と不安に揺れる業界各社

パンドラの箱を開けたゲーム業界

次世代PSの発表に付和雷同するゲーム業界。今年一年どのように業界が進行していくか、誰にもわからないのが現状だ。その中で業界は何を考えているのか。メーカー、流通……様々な立場の6社に直撃する。

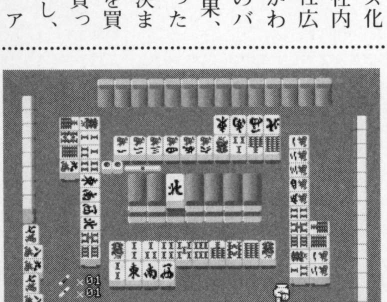
カルチュア・パブリッシャーズ

低価格路線の草分けは次世代PSに何を思うか

『FFⅧ』のメガヒットは記憶に新しいが、大作化、開発費の高騰はPS（もちろんほかのハードも）でも叫ばれて久しい。華々しいCMやメディアへの露出で数百万本売れるソフトがある一方で、ゲーム専門誌でもろくに紹介されず、初回発注数千本で消えていくソフトが多いのも事実だ。

華麗なCGが売れる条件とばかりに、ビジュアル重視の流れに追随するソフトメーカーが多い中で、個性的な戦略を採り、独自の道を歩む中小メーカーもある。年間1000タイトル以上が発売され、市場が飽和状態にある中で、昨年10月「1500円」という低価格で一石を投じたカルチュア・パブリッシャーズはその代表といえよう。「SIMPLE1500」シリーズは、これまでに『麻雀』『将棋』などポピュラーなゲームを10タイトル発表。今年1月にはシリーズ累計で100万本を突破するなど好調だ。

同シリーズはもともと開発会社からの持ち込み企画。当初は複数のゲームを1本にまとめ、通常価格で販売する予定こともできたが、単体で値下げしてシリーズ化すべきという意見が出た。「社内が真っ二つに割れた」（同社広報・岡島信幸氏）ほどの議論がわき起こったが、ゲーム専門店のバイヤーを対象にした調査の結果、約8割が低価格化に好意的だったため、1500円での販売が決まった。同社は「子供がソフトを買うとき、お父さんがついでに買ってくれるのではないか」と予想し、小売店に紙の専用什器を配布。アンケートをもとに中年男性向けのプロモーションを強化するなど、販促には力を入れた。


SIMPLE1500シリーズは新市場を切り開いた。

読者の主張
あなたが次世代PSに期待するものは？

楽しい夢を見させて下さい。株買っときゃ良かったですよ。予約して初日に買うと思います。（宮城県　リー）

ターゲットを初心者に絞り、思考ルーチンもＡＩの強さより、テンポを重視する。インターフェースを易しくするといったユーザー本位の作り込みもあり、小学生から高齢者まで幅広い層に指示された。これまでの最高年齢は78歳で「ボケ防止に最適。老人ホームに置いて欲しい、と言われました。うれしかったですね」（同氏）という。同シリーズは今後も続く予定だが、次世代ＰＳをにらんだ展開も考えている。その布石として本格「モーフィングＲＰＧ」がうたい文句のＲＰＧ『プルムイプルムイ』が7月にリリースされる予定だ。


カルチュア・パブリッシャーズ広報・岡島信幸氏。

「今後のことも考えると、ゲームにお金を惜しまないユーザーさんも大切」（同氏）という判断のもと、制作に3年をかけた大作を投入し、コアユーザーを取り込む戦略だ。粘土のように姿を変えるクリーチャー・ムイと、少女が冒険する同作品は、ＴＶＣＭなどプロモーションにも力を入れているが、低価格戦略はここでも健在。業界初の「３０００円ＲＰＧ」なのだ。ＳＩＭＰＬＥシリーズ同様にこの価格設定には「ＲＰＧの場合、値段が格付けという部分もある」など異論が続出。採算分岐点が上昇するなどマイナス面もあるが「クオリティには自信があります。低価格化でユーザーが増え、次回作につながれば」（同氏）という、ＳＩＭＰＬＥシリーズとは違った、先行投資的な意味で価格が決まった。開発コストの上昇はあるが「３０００円ＲＰＧ」路線は今後も続けるつもりという。

　生き残りのため低価格路線と本格路線の両輪でライト、コア両ユーザーの確保を図る同社だが、次世代ＰＳ参入への意志もある。しかし巷で言われる開発費の高騰が悩みの種だ。先の『プルムイプルムイ』はＰＣではなくＳＧＩのワークステーションベースで開発されたため、制作環境は整っている。しかし、ＳＧＩマシンは維持費が高く「大作化」の流れに乗ればさらにコストがかかる。「これまで一歩ずつ階段を上ってきたが、今度はいきなり階段が急になり、上るのが大変」（同氏）というのが、正直なところのようだ。



業界初3000円RPG『プルムイ プルムイ』から。

　開発環境が整っても、莫大なコストを回収できる体力があるかも問題。業界でも「大手か、ＤＶＤコンテンツ・ホルダーか、ＣＧ技術に特化したツールメーカーが有利」という見方が強い。大手はともかく、中堅以下のメーカーは下位互換を活かしたＰＳ１での制作、またはＤＣ、ＧＢという選択も迫られそうだ。

エニックス。 鍵は新しい才能を発掘し育てられるか否か

　制作費の高騰は次世代ＰＳに始まったことではない。業界の成長と共に巨大化するゲーム開発の中で、ゲームメーカーのリスクは年々高まってきた。その中でマリーガルマネジメントのようなファンド形式、ＥＳＰのようなメーカー連合、音楽業界同様の開発と販売会社の分離など、制作体制見直しの試みがなされている。この中でパブリッシャーの老舗エニックスは、揺れる業界をどのように見ているのだろうか。

　ＰＳの普及には『パラッパラッパー』などライトユーザーを引きつけるソフトの功績が大きい。しかしライトユーザーを取り込もう

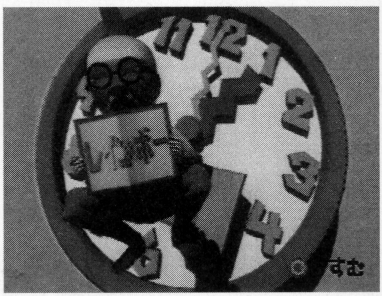
として失敗したゲームが数多いのも事実だ。しかし「ライトユーザーのゲーム購買力は高くない。むしろ現在は携帯電話などに流れているのでは」（同社・本多圭司取締役）というのが同社の基本認識だ。「ゲームは双方向性、インタラクティブなメディアですが、その意味では対人関係の方がよほどインタラクティブな魅力に満ちている。だからゲームの最大のライバルは携帯電話、という考え方もできるのでは。まずはゲームに携帯電話を超える魅力を盛り込まないと」（同氏）といい、今後の流れに懸念する部分もある。鍵は既存のクリエイターとは一線を画した、新しい才能が次世代ＰＳでも現れるか否かだ。



エニックス取締役・本多圭司氏。

ＰＳの立ち上げ時には、それまで無名の開発会社がメーカーとなり、数々の駄作から個性的なソフトが生まれてきた。開発や流通の仕組みが変わり、開発負荷が下がったからだ。彼らから刺激を受けた同社は「同じようなゲームばっかりじゃん、とユーザーが思ったら業界全体が下り坂になる。新しい才能が出やすい環境を作れるのか」という危機感がある。創業時からパブリッシャーとして外部の才能を発掘し、『ドラクエ』シリーズなどを世に出してきた同社だけに「外部のクリエイターを育てていく方向が理想」（同氏）だ。

そのために同社はメーカーとして特定のイメージを強調する戦略はとっていない。「ゲーム制作にフリーハンドでいたい。そうしないと『せがれいじり』のような作品は作れない」（同氏）と冒険的な作品を生みやすい利点をあげる。確かに『ドラクエ』シリーズのような王道と『ユーラシアエクスプレス殺人事件』のような実験作を両立できるのは、パブリッシャーならではだ。



バカゲーとして期待大の『せがれいじり』。

「ゲームとはボタンを押すことが面白いメディア」（同氏）という、きわめてラジカルな感覚を持ち続ける同社。次世代ＰＳについては「よくわからない」というものの「フルＣＧを活かしたゲームの他に、ＭＰＥＧ2再生機能を活かした実写ゲームなど、スペックを上手く使ったゲームも考えられる」と期待も大きい。ユーザーの消費動向とゲーム性のトレンドは時代と共に変化する。変わらないのは「最後はユーザーの判断。僕らは面白いものを作るだけ」（同氏）ということだけのようだ。

コナミ
他社作品の取り扱いへ進む流通会社への道

「ゲームが売れない」と言われる昨今。クオリティの高いゲームすら、販売努力なしでは売れない状況だ。一方でメーカーとショップの橋渡しを行ってきたＳＣＥＩのマンスリーミーティングの先行きが不透明。「効率的な方法を模索中」（ＳＣＥＩ広報）とは言うが、開発中のソフトをショップのバイヤーが遊べて、メーカーがショップに直接プレゼンテーションできるほぼ唯一の機会だけに、中小メーカー＆ショップ双方の不安は隠せない。また「ＳＣＥＩは量販店を優遇している。専門店に冷たくなった」（某ショップ店長）など、不安は制作サイドだけでなく、販売関係者にも広がっている。混迷する業界の中で、ますます重要性を増す流通サイドは、この流れにどう対応するのか。

ＰＳ初期から自社流通を行い、

企画の考え方の方法論の修正、それが最重要

ヒューマン エンタテイメントグループ 開発推進2部 部長　山田和彦氏

1年後のゲーム市場がどうなっているかは、正直言ってわかりません。ただ一つ言えるのは、先日任天堂さんもDVDを用いた新ハード開発の発表をされましたが、やはりキッズ層を軸としたファミリー路線を継承されると思うんです。一方でSCEIはPSで従来のゲーム市場や、ゲーム文化以外の物を創造されてきた。この流れは次世代PSでも変わらないでしょう。そこでサードパーティとしてどのような判断をするかが、ポイントなのだと思います。

次世代PSはゲームという枠を、エンタテイメントという枠にまで広げようとしています。もしかしたら次世代PSのソフトの1ジャンルに「ゲーム」がある、そんな時代が来るかもしれない。当然求められるソフトも多様化してきます。でも今までの企画者は企画を立てる時に、STGやRPGなど、まずジャンルから入るんですね。まずこの、企画の考え方の方法論を考察していくことが最も重要です。極端な話、面白いアイディアがあれば事務職の人間が企画をしてもいい。PSの時もかなり言われましたが、さらにこの流れは加速すると思います。

ただ、新しいゲームの創造とか、異質なスタッフの融合などは、えてして混乱や失敗を生みやすい。途中でゲーム開発が空中分解するとか、中途半端な形で販売してしまう例が多かった。そのためにはコンセプトをしっかり立てることと、開発グループをいかにまとめていくか、が重要になります。逆に一見わけのわからない企画でも、開発グループ全員の方向性がしっかりしていれば、意外と早く完成したりする。『リモートコントロール・ダンディ』は、通常半年から1年と言われる開発期間の中で、2カ月でアルファ版に近い物が出来上がったんです。

予算と開発期間は昔から比べれば増加する傾向にあります。しかし、それは既存のゲームの枠内で続編に近い制作を続けるからで、全く違ったアイディアなら、低予算でも面白い物は作れると思いますよ。それこそ昔からのゲームファンからは「何これ？」と言われそうな物でも、面白ければ許される土壌が出てきた。弊社もこれまで『デコトラ伝説』や『猫侍』など一風変わった切り口のゲームも出してきましたが、今後もどんどん展開していきます。また、映画や音楽などは監督やアーティストの名前で買うこともありますが、ゲームはまだ刹那的で、多くのユーザーにとってはただの遊びです。今でも制作者の名前で買われるゲームはほんの一握り。それもこれからは変わるでしょう。ゲーム制作同様に、ユーザーも過渡期を迎えているかもしれませんね。（談）

品質同様に営業にも力を注いできたコナミ。永田昭彦・常務取締役は「もはや良いゲーム＝売れるゲームの時代ではない」と語る。10万本を売り上げるソフトが全体の1割未満ともいわれる中で、ソフトの認知や理解を促すプロモーションが重要だ。「ソフトの認知、内容の伝達、そして風評がそろって、宣伝はやっと8割成功といえる」（永田氏）という。同社は全国に約150の営業所を持ち、営業担当者が小売店を回って、店頭販促などきめ細かい営業活動を行い、年100本前後の自社タイトルをフォローしている。

この流通網と営業力には、競合他社のメーカーも注目している。コナミは今年3月に他社作品の取り扱いを開始。4月末現在で10タイトルを扱った。『ビートマニア』を始めとしてソフトの売れ行きは好調だが、「将来的に自社タイトルだけで流通経営が成り立つのか」（同氏）という危惧から、自社の流通網を活かしたソフトの買い付けや販売を始めた。他社作品は社内の評価委員会でチェック

読者の主張
あなたが次世代PSに期待するものは？

現行のソフトラインナップ位の良質ゲーム。「量より質も」。通信は……必要ないと思う。電話料の問題があるので。オプションならありかも。画像だけのゲームはもうカンベン。（神奈川県　工藤修平）

し、営業サイドからの小売店の反応などを総合して、扱いの可否や本数を決めている。店頭販促を期待して他メーカーからの引き合いも多い。しかし「流通として売れないソフトを小売店に勧められない」(同氏)と、取り扱いタイトル数にはこだわらない方針だ。
「TVCMなら最低1億円はかけないと効果がない」(同氏)という現状で、流通の持つ重みはますます重要になっていく。

デジキューブ
次世代PSでさらに重みを増すCVS流通

コナミ流通同様、CVS流通の要であるデジキューブの重みは、次世代PSへの過渡期においても変わることはない。全国の約1万8000店のコンビニエンスストアで良質なソフトを販売する同社のシステムは、先行きが不透明な時代だからこそ、一層重みを増している。98年度すでに90タイトルを扱い、ゲーム以外にもビデオ「タイタニック」の500万本セールスに貢献した。DC、ポケットステーションは今ひとつだったが、攻略本「FFⅧアルティマニア」が約131万冊(4月7日)を売り上げるなど、全体の売り上げは上向いている。
「立ち上げ当初はメーカーを回って取り扱いソフトを集めた」(同社広報担当・立川泰志氏)と苦労もあったが、『FFⅦ』の大ヒットによって多くのメーカーの支持を受け、現在は年間100タイトル前後をCVSで販売。その影には30人のモニターが約30~50項目の内容をチェックする独自のモニターシステムがある。モニターするタイトルは年間で3~400万本にも上るというから狭き門だ。モニター結果は取り扱いの可否や本数決定の参考にされ、その後は実売データと照らし合わせて再検証。CVSのPOSシステムのデータも利用してマーケティングデータを蓄積し、精度の向上を図っている。
当初からライトユーザーの獲得を目指した同社だが、その結果は「半分だけ成功している」(同氏)という認識だ。全流通の中でデジキューブが占める約20%のシェアのうち、新規ユーザーは約半分だという。しかし「学生時代に専門店でゲームを買っていた人たちを、社会人になっても卒業させなかった自負はある」(同氏)という。デジキューブ発足時のPS出荷台数は約800万台。それから1500万台へと広がる中で、同社の果たした役割は評価されるべきだろう。
ゲーム流通から始まったデジキューブだが、現在は映画、音楽、単行本の取り扱いも行っている。次世代PSではメディアにDVDを採用しており、映画や音楽との垣根はますます溶けていくのも確か。「初めてゲームを買う人に問題なく勧められる良質なソフトを置くのが当初からの方針」という同社だけに、その什器はデジタルエンタテイメントの陳列台になるだろう。それは次世代PSというハードの象徴なのかもしれない。



商品認知の重要性とは何か。(TVパニック蒲田店)

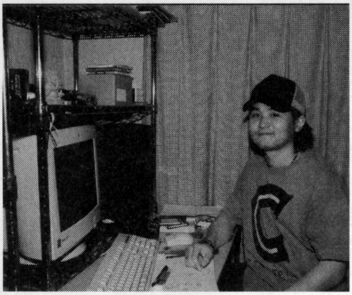


読者の主張
あなたが次世代PSに期待するものは?
個人的に小さいメーカーの作り込んだ作品が好きなので、そこら辺の環境を整えて欲しいです。(新潟県　マッチョ)

リキッド
ゲームインディーズはどこへ行くのか

好むと好まざるとにかかわらず、次世代PSで淘汰の時期を迎えるゲーム業界。PSで個性的なソフトを生み出した、当時無名の「ゲームインディーズ」たちは、今後も現れるのだろうか。彼らは次世代PSに何を感じ、何を作っていくつもりなのだろうか。

32×32の小さな画面で繰り広げられる冒険物語。ポケットステーション初の専用RPG『ポケットダンジョン』は、開発リキッド、販売SCEIという体制で作られた。リキッドの社員はわずか3名とハード同様コンパクト。グラフィックツールに市販のドローソフト「ペイントショッププロ」を用いるなど制作は手作り感覚だ。



リキッド取締役社長・松方哲哉氏。

開発会社の中でも小規模の同社だが「音楽業界同様、今後はゲーム業界も制作と販売、また制作の中でも企画や映像、音楽など、細分化が進んでいく。だからこそ小さくても専門技術を持った会社が生きる」（松方哲哉・同社社長）と話す。一方で音楽とゲーム業界の違いも忘れない。作品開発にかかるコストの違いだ。音楽業界で総制作費が1億円を超える例は少ないが、ゲーム業界ではザラにある。「現状でメーカーになるのは株屋より危険（笑）。とはいえ、メーカーあっての開発会社なんですが……」（同氏）。

面白いゲームを作ることにこだわる彼らは「ゲームを売りたいのではなく、作りたい」という。会社の規模を大きくするつもりもない。時には会社存続のために不本意な仕事を受ける必要も出てくるからだ。一方で開発会社には不本意なタイアップなど、販売会社から売るための変更を促される悲哀もある。このように開発会社が活動しやすくなるには、あいまいにされがちな契約関係などの整備も必要。特にゲームの出来は企画書レベルでは判断がつきにくいため、進行状況を見ながら開発側・販売側の双方で決定を下せる体制など、ゲーム業界ならではの契約体制の確立も重要だ。同社は自分たちの身の丈と方向性を見極め、作品のカラーに合うメーカーに企画を持ち込む方針という。

ゲームのタイトルバブルと小売店の体力低下で広告の多い大作が売れる中「大作主義は装飾が多く面白さの本質が見えにくい。真似をしても大手と比較されるだけ」（同氏）と独自の方向性を模索している。かつてキーチェーンゲームを開発した際、エクセルのセルを使ってドットを打ったという彼らの存在は、期待と不安に揺れる業界に一つのアンチテーゼを投げかけているのではないだろうか。

恐怖の大王は7月に降臨すると思っていたが、ゲーム業界のパンドラの箱はすでに開いていたらしい。取材で見えたのは発売日すら決まっていない次世代PSに振り回される業界の姿や「次世代PSってよくわからない」という業界関係者の正直な感想（と不安）だった。この「わからなさ」はDC発表時とは意味合いが違う。ハード自体の先行きではなく、ゲーム業界という自分たちのよりどころを、どのように変えていくのかがわからず、みな不安なのだ。

次世代PSの発売で、メーカーは、流通は、販売店はどう変わるのか、また変わらないのか。何が起こるのかは誰にもSCEIにも予測がつかないのではないか。一方で不透明な状況下にもかかわらず「志」を持ち続ける人々もいた。好きなゲームを熱意を持って売るショップや流通。面白いゲームを作ることにこだわるメーカー。よりよい関係を模索する開発会社と販売会社……。ゲームを商品としてだけでなく、メディアとして育てようとする人がいる。だから最後に残るのは希望だと信じたい。

若松和樹（わかまつ・かずき）：1970年生まれ。ライター。ゲーム関連の取材は今回が初めて。産業の一つとして社会的に大きな存在になりつつあると実感した。次世代ＰＳはゲーム業界をどこへ連れていくのか。ゲームという「メディア」の発達に繋がれば良いのだが…。SCEIや大手の動向に右往左往するより、ゲームの未来を業界全体で考えるべき。ユーザーに飽きられたら、落ちるのはあっという間だと思います。

株式会社フロム・ソフトウェア
代表取締役　神直利インタビュー

次世代PSで「開発者の心」とか「感情表現」とか言われても無理ですよ(笑)



『キングスフィールド』を皮切りに、ある種PSと共に成長してきたフロム・ソフトウェア。次世代PSのデモ映像制作にも携わり、一躍台風の目となった感もある。経営者であり開発者でもある神氏は、次世代PSの発表に何を思うのだろうか。

物量で補えない物を工夫するのが開発者

―正体の見えない次世代PSの発表で、多くのゲーム制作者たちは混乱していると思うんですが？

神：他のマスコミでは聞かない質問ですね。どちらかというと「次世代PSはスゴイ！」と誉める話を聞きたがるんですよ。でも、僕は誉め言葉を言わないから反感買ったりしますけどね(笑)。つまらないじゃないですか。同じことばっかり書いてあったら。

―次世代PSの魅力は何でしょうか？　経営者から見た場合、制作者からの場合での違いは？

神：弊社では一致していると思います。スペックの高いマシンは開発的にも経営的にも魅力があります。極端に開発の人数を増やしたり、莫大な資本が必要などと言われますが、それは開発者の弱気な理由です。決してそれらが絶対的な条件だとは思わない。必ずできるとは言えませんが、物量で補えない部分を工夫するのが開発者じゃないですか。「人とお金をかければ良い作品になる」という風潮がゲーム業界にある。そもそも映画みたいなゲームを作ろうとすることが間違っていると思います。企画的に面白い物であれば、その個性を伸ばせばいいんですから。

―次世代PS発表会のデモを制作した経緯を教えてください。御社らしい墓場の映像でしたが。

神：墓場が一番分かりやすいかと思いまして(笑)。まぁ、SCEIさんの依頼で始まったんです。新ハードにも興味がありましたしね。弊社が依頼された理由はいろいろあるでしょう。PS初期から参入したメーカーだし、大手ばっかりじゃ…なんで当然といえば当

読者の主張
あなたが次世代PSに期待するものは？
読み込み時間の消失。もしファミコン並のレスポンスになったら、ケチのつけようがなくなり、大変困ります。（神奈川県　中村憲司）

然。SCEIさんの戦略的に見ても異質な物は感じませんね。話題作りもあるでしょうが、スクウェアさん、ナムコさんじゃいかにも、それじゃ大手しか作れないと言わんばかりですよ(笑)。一応、中小のメーカーもフォローしないと。

映像をリアルにしても「感情表現」とは関係ない

――実際に次世代ＰＳの開発ツールを使った感想は？

神：まだプロトタイプなんで何とも言えませんね。実体はまだ見えていない。現実的にどうなるのか興味がありますね。でも、次世代PSの魅力は言われ尽くされてますが、あれは「言い過ぎ」かな(笑)。細かい感情表現ができるとか「エモーション・エンジン」の理想はいいんですが、到底無理です。正直言ったら「そんなこと表現できる訳がない」ですよ。今よりも1千倍、1万倍の性能のマシンなら別ですが、ちょっとぐらい性能が良くても現状のハードと比較できる程度では無理。

――具体的にはどんな問題が？

神：ゲーム制作をたんにグラフィックの性能だけでは言うことはできません。CPUのスピードとか別の要素を考えた上でやるんです。よしんば何十倍のスペックがあったとしても、1度に表示できるキャラ数を増やせる位が限度ですよ。数を増やした上に、1体ごとに表情を付け、周りに霧を纏わせるなんて、絶対できるわけがない。それを指して「開発者の心」とか「感情表現」なんて言われても無理。それに「感情表現」なら今のPSで十分表現できてる。次世代PSではそれに若干の幅を広げるとか、新しいことができるというのが現実なんです。そういった意味では「言い過ぎ」かな。

――何でもできる魔法の箱のように言われてますが？

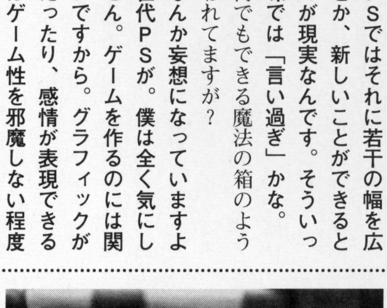
神：なんか妄想になっていますよね次世代PSが。僕は全く気にしてません。ゲームを作るのには関係ないですから。グラフィックが綺麗だったり、感情が表現できる部分はゲーム性を邪魔しない程度にあればいいと思うんです。逆にゲームが分かりづらくなる可能性も考えられます。例えばRPGで言うと宝箱という記号、これをいろんな形でバリエーション多く作ったらリアルさは増すけれど、逆にその箱が宝箱だとすぐに分からせることが困難になってくる。剣をたくさん持つと歩く速度が遅くなったとして、ゲームがつまらなくなってしまうならば本末転倒です。だいたいリアルということと「感情表現」とは全く関係ない。だったらPSでは不可能だった新しいゲームを作りますよ。1度に出現する敵キャラ数を増やしたり、マップをもっと広く作るとか、すごく単純なレベルの話です。業界全体がもっとゲームを面白くする話をすべきなのに、違う視点ばかりが注目されてるような感じがします。

――ゲーム業界が過熱しすぎだということですか？

神：それは落ち着いて考えれば当然の答えなんですよ。ゲーム専門誌が「次世代PSを盛り上げよう」ということで誉める記事を書くのは分かります。でも実はもっと本当の意味で良いハードだと思うんです。一般ユーザーに説明するのが難しいので分かりやすい部分を



デモ映像として制作された墓場のシーン。十数体の骸骨が蠢くなどフロムらしい映像だ。



SCEI制作の水のデモシーン。流れる水の動きを演算で表現。



大げさに取り上げてはいますが、ハードというのは道具であってそれをどう使うか、または何が作られたかが大切なんだと思います。その意味では道具を作っている人がどう使えとか言うのは、行き過ぎだと思いますが…。

誰でもゲームを作れる環境は必要ない

――実際、グラフィックの性能ばかり注目されてますね。

神：グラフィックさえ良ければ感情が表現できるというわけじゃない。あともう1つおかしいなと思うことがあって、技術力のないメーカーが開発しづらくなるという話がやたらと出てくること。開発者が作れなくなるという議論の前に、技術もクリエイティブな活動の1つであることを忘れている。大っぴらに「ウチは技術がないんで作れません」というのは理解できませんね。技術がなくてもいいのかと(笑)。ゲームを作るのは発想とか技術も含めた総合的な作業だと思うんですよ。なんかその辺が勘違いされてますよね。

――商品として映像が綺麗なのは当たり前ですか？

神：ある程度のレベルでグラフィックを作るのは当然のこと。かといって、綺麗な画面を見せるためにゲーム性を犠牲にするのはおかしいです。開発者が云々という記事が出る度に「作れない会社は止めれば」としか思わないですね。そんなレベルの人たちがPSでゲームを作っていたことの方が不思議です。だったら、そういう会社は次世代PSでゲームデザインなり、企画だけの仕事をすればいい。プログラムがなければゲームではないですから。

――開発者にもプライドが必要ということですね。

神：誰でもゲームを作れる環境が必要かどうかということです。映画だって監督になれるのは選ばれた人たちだけですよね。決して映画業界のクリエイティブな人たちから、映画を簡単に作れるツールが欲しいといった意見は出てこない。というかそういった発想に至らないじゃないですか。何故、ゲームだけ誰でも作れる環境がなければならないのか、不思議な話ですよ。それに多くの人たちがゲームぐらいは作れると思っているみたいで、自分が映画監督になれないことは知っているのに、企画やプロデューサーはやれると言うんです。少し話がずれますが、もう1つ映画と違うと思うのは、開発ラインがゲームデザインに口出しすること。映画の照明係がシナリオにケチつけませんし、役者の演技指導なんて絶対しない。なのに「あの声優は違う」とかグラフィッカーが言い出したりする。何の経験もない人間が面接に来たりもしますしね。本当に不思議な業界ですよ。

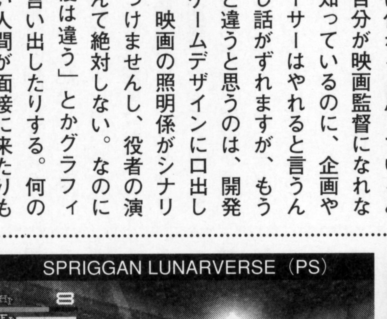
――しかし、御社の企画者の求人広告は経験不問になってますね。

神：企画の人間も含めて弊社は経験者が少ないんです。理由は面白くないからです。業界が長いとどうしても固定観念があるんですよ。この業界、企画とかアイデアが行き詰まってるんで、やっぱり新しい血を入れないとね。

――次世代PSの仕様で周辺機器の充実が面白そうですが。

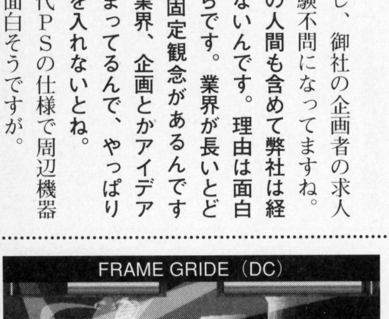
フロム・ソフトウェア新作紹介

SPRIGGAN LUNARVERSE（PS）

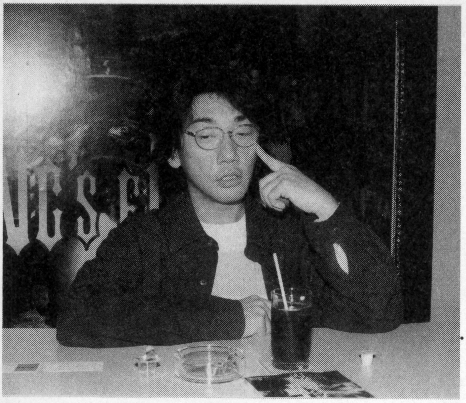


人気コミック初のゲーム化。3DACGに新風を起こすか。

FRAME GRIDE（DC）



セガファン待望のロボット3DSTG。通信対戦も期待だ。





神：個人的には興味があります、本当に個人的にね。通常のパソコンの周辺機器が繋がりますから。元々、パソコンでゲームを作りたいと思っていましたし、ＰＳでは容量の関係我慢してきた部分があったので、ＰＣカードスロットを使ってハードディスクが接続できれば、大量のデータが持てるようになるかなと。

次世代ＰＳでも作りたいものは変わりません

——御社のゲームはこれまでコンスタントに10万本のセールスを達成していますね。これが次世代ＰＳではミリオンを狙う大企業になるのでは？

神：次世代ＰＳの市場になってある程度のメーカーが淘汰されると思いますが、残ったメーカーの中での弊社の位置は今とあまり変わらないのでは？　乗っかっている土台が変わるだけでその土台全体での位置付けは今と同じでしょう。相対的にステップアップできない企業は生き残れないと思います。その中でも弊社は、やっぱりきちんとゲームをプレイしてくれるユーザーに向かってゲームを作るだけです。

——『キングスフィールド』などは好みが分かれますね。

神：本当に好みの問題ですね。あのソフトはストーリーを突き詰めることが目的じゃないですから。ゲームはそこだけを突き詰めてしまうと、映画になってしまう。映画は好きなんですけど、そこまでストーリーにこだわるとゲームでは表現しきれない。インタラクティブ・ムービーは「見ている人が物語に干渉する」ことならば、ソフトをＢ面に替えるＬＤはそうだとも言える。では、ＬＤを見ることがインタラクティブなゲームかと言えば違いますよね。

——次世代ＰＳではどんなゲームを作りますか？

神：次世代ＰＳになっても作りたい物は変わりません。ちょうどＰＳで作るのは限界が来ていたから、新しいゲーム性が入れられる。単純にスケルトンがいっぱい出せるとうれしい。魔法一発で大軍が吹っ飛ぶのは気持ちいいでしょう。『キングスフィールド』でも数体の敵が出現すると処理落ちするんで、マップを小さくするとか我慢することが多かった。次世代ＰＳならそのレベルの我慢をする必要はない。まぁ、また次のレベルで我慢することはあるんでしょうけど。きりがないですよね。だからグラフィックをリアルにする、水をもっと水らしく見せるとか、そういったことは考えていないです。その部分は特にゲーム性に関係ないし、記号として仕込んでおけばユーザーはある程度は分かってくれるはず。「これは水に見えない」なんてケチはつけないと思うんです。大事なのはゲームの中で意味のある水だということ。この次元では水がキレイ、汚いは無意味ですよ。

——リアルさを追求するあまり、ゲームの本質が失われると？

神：コントローラーの問題がありますね。例えば、自キャラのアクションパターンを増やして感情を表現するといっても、パッドでコントロールするのが恐ろしく難しくなる。それに現状では画面の中のキャラクターと満足に会話することなんてできないですから。「感情表現」をする上では一番の問題ですよ。自分が言ったことに対して、きちんと反応が返ってくるわけじゃない。３つの選択肢から言葉を選ぶにしても、どれも言いたくない人だっている。それで感情も何もないですよ。音声認識を使

読者の主張
あなたが次世代PSに期待するものは？

接続ケーブルやコントローラなどの周辺機器がすべて流用できること。あと、パイオニアあたりからＬＤも見れる物を出して欲しい。で、ＳＳも遊べたら泣いて喜びます。（千葉県　まくってチャンプ）

うのだって、まだAIがトンチンカンな答えしかしないんです。そういう意味で次世代PSでどんなゲームが出るか、制作者もユーザーも見えない状況が続いている。だから、あんまり感情とかは考えません。『アーマード・コア』の続編を作るのだったら、ミサイル6発を同時に飛ばすことで我慢していたことを、24発にするとかね。すごく単純な部分だけで後は無理かな。だいたい感情なんてそんな単純な物じゃないですよね。1体のキャラの感情を表現するにしても、その人が何年間か生きてきた分を背負い、理解した上でやっと表現できる。ちょっと表情を豊かにする位では感情とは言えない。木の葉が風でなびくみたいなこと、確かに背景にある分にはいいですよ。でも、それを指して感情と言うのは言葉に対して不遜ですよ。ですから弊社は次世代PSだからといって基本スタンスは変えません。その定義の中で『キングスフィールド』と、『アーマード・コア』は作ってみたい。

——下位互換が可能ですが、PSのタイトルはこれからも作る?

神：まだ『スプリガン』や『エコーナイト#2』が残ってますが、その後は考えていません。やっぱり性能の良いハードで作りたいということになると思いますが…。同じ我慢をするなら、上の次元でしたいですよ。それに弊社のユーザーは元々がコアユーザーなので、次世代PSにすんなり移行すると思うんです。今までと同じスタンスでゲームを作っていけるでしょう。

ある程度のメーカー淘汰は必要だと思います

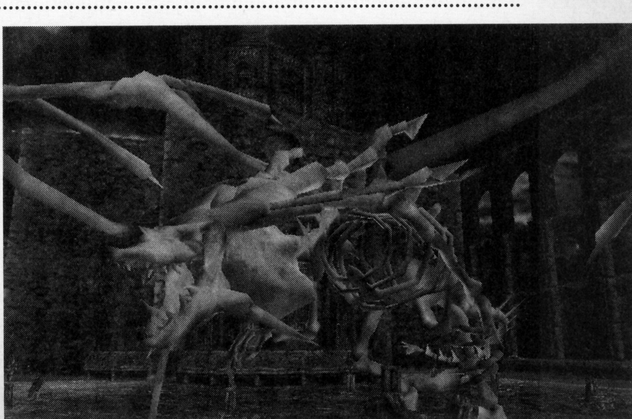
——SCEIさんが提案するミドルウェア方式は、ライセンシーの負担を大きくするという声もあります。従来のライセンシーに対するサポート重視の方針が変わりましたね。

神：サポートに関してPSのときも親切心でしていたわけじゃない。SCEIさんがPSを立ち上げた当時は、任天堂さんという市場の覇者がいて、ソフトを作ってくれるメーカーが少なかったから仕方なく、サポート重視の戦略を取るしかなかっただけです。ところが次世代PSでは作ってくれるメーカーはたくさんある、むしろあり過ぎる。SCEIさん自体でミリオン・セラーが作れる現状では、はっきりした戦略に基づいた当然のことだと捉えてます。

——「開発者の育成」が難しくなりそうですね?

神：確かに弊社は当初SCEIさんのサポートがなかったら、ゲーム開発はできなかったと思います。だけど、数百近くあったライセンシーで今も残っている会社は少ないじゃないですか。次のタイトルが出れば…と惜しい会社はありました。でも、ほとんど残らなかった。SCEIさんが言うように「開発者の育成」という意味では、あまり成果がない戦略でしたね。挙げ句にゲームと呼べないような物を作って売る、ある種のブローカーみたいなところが横行した。あまりにもメーカーが少なくなるのはどうかと思いますが、ある程度の淘汰はやはり必要です。その上で上位のメーカー、エニックスさんやスクウェアさんなどが中小から作品を買い上げればいい。開発者の発掘はその中で行えばいいだけで、SCEIさんが直接やることはない。ゲーム専門誌を見ても全部のゲームが良く書いてあるから、ユーザーは新作のオリジナルゲームについては「アタリショック」に近い感情を持っています。信頼できる旧作のリメイクが売れて、オリジナルは避ける状況がある。そういった意味で淘





汰によって、混乱を治めることはできるでしょう。SCEIさんは「これはダメなゲームだから出せない」とは言えないけど、大手メーカーが買い上げるなら「商品としてダメだ」と言えます。市場に出る前にフィルターがあった方がいいですよ。ただ、フィルターの種類が少ないとゲームが似通ってくるからまずいですね。本来なら自由にゲームが出せて、業界の自浄努力でユーザーにどんなゲームか正確に伝えられればいいんですけど。現状は「CMにゲーム画面を出さない」みたいに逆行してますから。なるべくゲーム内容を隠して売る状況などについて業界が話し合うべきですよ。雑誌のレビューだって点数を付けるより、内容をもっと細かく紹介して欲しいです。「今度は○×システムだ！」と言われても、良く分からない(笑)。



神直利
株式会社フロム・ソフトウェア代表取締役。1957年北海道生まれ。1986年、汎用コンピュータのアプリケーションソフト制作会社として同社を設立。1994年、PSに参入。第一作『キングスフィールド』から現在に至るまでコンスタントにヒット作を発売し、ユーザーから高い評価を得る。代表作『キングスフィールド』『ARMORED CORE』シリーズ他。

クリア後に何か「余韻」をプレイヤーに残したい

――次世代PSの登場でゲームの定義はどうなりますか？

神：変わらないでしょう。変わったと思うのはセガさんだけでね(笑)。実はユーザーの層が分かれていて、たまたま同じPSというハードを持っているけど、『ウンジャマ・ラミー』を買う人と、弊社のゲームを買う人は違うんですよ。一千数百万台のPSの中には、コアユーザーの数百万台があるんです。ライトユーザーが多いからって、そこに集中する必要はない。2つの層の嗜好はすごく隔たりがあって、両方に受ける物を作るのは難しい。むしろレーベルとしてどんなゲームを作るか分かりやすくしないとユーザーの混乱を招きかねない。独自のカラーは大切にしたいです。総合家電みたいにオールジャンルを押さえるのはできないですね。まぁ、私の「ゲームで面白い」と思える幅が狭いのかもしれませんけど(笑)。

――最後に神さんにとって面白い物、こだわられる部分とは何でしょうか？

神：こだわっているというか、「できるだけ普通に作りましょう」というぐらいですよ。逆に現状ゲーム業界が取り乱しているだけだと思うんです。「売れる物」ばかりで、ゲーム作りになってない。だから普通に作ればいいなと。それじゃ「面白さ」って何かと言われれば答えるのが難しい。他社のゲームでは画面の見せ方とか、バランス調整とか、手法をいろいろと分析して、枝葉の要素に関してはこれがゲーム性だと言えるんでしょう。だけど、こと自分の作品に関しては、はっきりココだと言えないんです。どちらかと言えば「余韻」というか感覚的な部分かなぁ。クリア目標を達成した喜びだけじゃなくて、何かプレイヤーの心に残る部分があればいいと思うんです。でも、どうすれば「余韻」が残るか、実は私自身まだ良く分かっていないんです。だから毎回々々不完全燃焼ですね(笑)。

（聞き手・構成／大和田信）

読者の主張
あなたが次世代PSに期待するものは？
グラフィックが凄い云々の能書きは聞きあきた。そのでかい容量をフルにつかって、奥のふかい良作ゲームを作ってもらいたい。現行プレステはク●ゲーばかりが目につくので…。（佐賀県　森下隆）

山師トマがモラトリアムを脱する日

次世代ＰＳは業界の混沌とした部分を洗い流す。メーカーも、媒体も、ライターも……。

後藤 勝

モラトリアムとしてのゲームライターからの脱皮

はっきり言ってしまうとゲームライター（ゲーム記事専門もしくはゲーム雑誌を主戦場とするライター。私のことだ）はエディターであるとかゲームメーカー広報の皆さんにそうとう見くびられているし、それどころか出版業界的にもゲーム業界的にもクズ同然に扱われている（ただしギャラは分不相応に素晴らしい。要はプライドの問題）。見くびられてそのまんまの我が同胞も情けないが、見くびるほうの見識も大したことはない。とにかくこの現状に関しては「勝手にしやがれ！」（BYジョニー・ロットン）としか言いようがない。結局は、すべてのゲーム雑誌・攻略本の元ネタであるところの田尻智氏の同人誌「ゲームフリーク」の余禄を食いつぶしてしまった我々が悪いのだ。

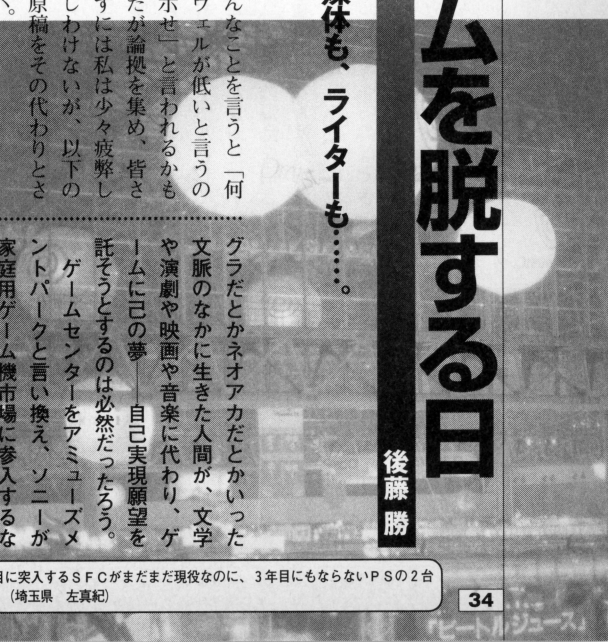
ライターやエディターが駄目なのはゲーム誌に限ったことではなく一般誌でも事情は同じだ。が、それにしても駄目なゲームライターは淘汰されなさすぎる。具体的にモノ作りに直面しているぶんゲーム制作者はライターよりかなりマシ――なにせ与えられたバジェットや売り上げ目標がデカいのでプロフェッショナルにならざるをえない――であるが、それでも取材しがいのない〝自称クリエイター〟なるゲームキッズたちに取材先で出逢ってしまうことが多々あるのも、また事実である。

やはりゲーム業界はレヴェルが低い――こんなことを言うと「何をもってレヴェルが低いと言うのだ。論拠を示せ」と言われるかもしれない。だが論拠を集め、皆さんの前に示すには私は少々疲弊している。申しわけないが、以下の宣言めいた原稿をその代わりとさせていただく。

「彼自身が、その餌食であったことが追々と分るであろう。御者になったり、馬になったりして遊ぶ子供たちによくあるように、彼は自分でないものを、自分だと思いこんでいたのだ」（ジャン・コクトー著／河盛好蔵訳『山師トマ』より抜粋）

若く未熟で敷居が低い業界は、従来の階級構造に収まりきれなかった者にとっては魅力的だ。アングラだとかネオアカだとかいった文脈のなかに生きた人間が、文学や演劇や映画や音楽に代わり、ゲームに己の夢――自己実現願望を託そうとするのは必然だったろう。

ゲームセンターをアミューズメントパークと言い換え、ソニーが家庭用ゲーム機市場に参入するなど、業界が着々と市民権を獲得し暗黒面を捨て去ろうとしていても、典型的80年代サブカル野郎である私を惹きつける魅力は十分に維持されていた。それは経済的な側面も含めて、の話である。振り返ってみれば、まだタイトルが英文字だった頃のヒッポンスーパー誌に潜り込み、月刊化を控えたハイパープレイステーションに関わるべくプロダクションに入り、ライティングのスキルを上げようと独立



『ビートルジュース』

読者の主張
あなたが次世代PSに期待するものは？

耐久性。そろそろ8年目に突入するＳＦＣがまだまだ現役なのに、3年目にもならないＰＳの２台目がそろそろアブナイ！（埼玉県　左真紀）

して文筆家稼業をこなしてきた年月は、「絵だけじゃ喰えねぇよな」とばかり己の態度を決めかねた挙げ句、ゲームを飯の種としてのしあがろうとする〝山師トマ〟の自己実現の道行きだった。田尻智氏のように、純粋にゲームを愛しその紹介に努めたのとは、わけが違う。その意味では生活を維持できるだけの小さな鉱脈を掘り当てた私の嗅覚はちょっとは鋭かったわけだが、しかしこの少々長めのモラトリアムも、もうまもなく終わろうとしている。その終わりを告げたのが次世代PSの発表であることは言うまでもない。

DVDを搭載した次世代PSはただのゲーム機ではなく、音楽や映像をゲームと等価に並べてしまう〝マルチメディア・マシン〟である。となれば、両PSソフトのみならずDVD製品までをも含めた広範な情報を載せるべく、専門誌は現状よりさらに「○○でーた」式にカタログ雑誌化するはずだ。ソフト一本あたりのスペースが小さくなれば、それは編集部（もしくはプロダクション）で処理すれば十分。フリーライターは小さなコラムか、巻頭特集の取材の仕事をいただくのがせいぜい、となるのではないか。攻略本も、超大作とマニア向け以外のタイトルは売れなくなるだろう。初刷が100万部の『アルティマニア』の著者ベントスタッフのように高度な解析・攻略スタッフを抱えていないかぎり（『アルティマニア』の場合流通のパワーも関係しているのだが）、攻略本で稼ぐのは難しい。ましてや私のような評論系（この言いぐさもおかしい）のライターの書かせてもらえるスペースなど、そう多くは残らないはずだ。そもそも、家電を買う感覚で次世代PSを買うユーザーに向かってベタなゲーム専門誌の作りはくどすぎる。

Jリーグの構造再編をゲーム雑誌のそれに置き換える想像力があれば話は簡単だ。能力の低いプレイヤーが濡れ手に粟を掴む時代は終わった。元日本代表選手といえど一部リーグに身の置き場が保証されているわけではない。同じ能力なら雇用主は安い若手を選ぶから、中途半端なベテランは二部リーグに舞台を移さなければならない。そしてある日、突然の解雇。

業界人が「小判鮫商売」と自嘲する出版業のみならず、ゲームを制作・販売する側もそれは同じだ。次世代PSのスペックを活かすことのできる企業がどれだけあるか。『ポケモン』並の遊びの枠組みを提案できるゲームデザイナーがどれだけいるか。

たしかに次世代PSの登場時は専門誌も一時的に活気づくだろうし、スカスカなカタログを埋めるため、PS1の初期にあったようなスーパーファミコン並のグラフィック（ドット絵として素晴らしいのなら、それはそれとして話は別だが）のゲームでも販売を許されるだろう。だが新ハードバブルは長くはつづかない。本物の力がなければ、五年後には淘汰される。もしもスペック競争の文脈で生き残ろうとするなら、少なくとも、ナムコの『ソウルキャリバー』のようにインタラクションの快感とグラフィックの美麗さの双方が融合しているというレヴェルに達していないことには、お話にならない。

このような状況で必要となるのは「身の程を知る」態度だ。お山の大将で小さい会社のトップに立ち、スキルでなくポジションで仕事をしていた者は、山を下りて大きな会社の一部門の権力を持たぬ管理責任者という無難なポジションに収まれば、路頭に迷わなくて済む。間違ってライターになってしまった老けた若者は、コンビニかガソリンスタンドでバイトして暮らせばいい。「ゲームクリエイターになりたい！」などと夢を見るのはやめておこう。

ちなみに私はモラトリアムとしてのゲームライター戦線から退き、徐々に創作活動に移行する覚悟でいる。小説なり脚本なりイラストなり漫画なり、作品を完成させておけばそれが将来の資産になる可能性が、いくらかはあるからだ。

依頼されれば副読本として最善の〝攻略本〟を作る自信は依然として持っているが、某大作RPGの優秀な攻略本や、4000億円産業を生み出すほどのゲームソフトを作る能力がないことは、自分がいちばんよく知っている。

後藤勝（ごとう・まさる）：1970年東京生まれ。中央美術学園イラストレーション科卒業後、レコード店・出版社・編集プロダクション勤務を経てフリーの文筆家。ライティング対象はほとんどがゲーム、稀に音楽・サッカー・アニメ。今後は食えないのを覚悟で絵と文章による創作に励む予定。というか励み中。

次世代PSで流通政策はどう変わるか―

―専門店からSCEIへの手紙

次世代PS発売で予想される流通再編を前にゲーム専門店は何を考えているのか？ 元カプコン企画マンであり、TVゲーム専門店店長の田中氏に胸中を綴って貰った。

大手FC加盟店店長兼フリーゲームプランナー　田中良也

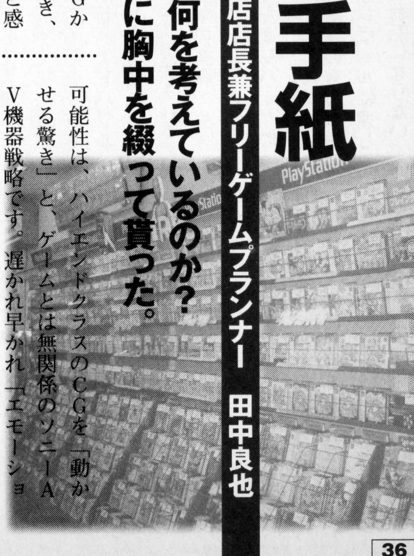
ゲーム専門店のプライドを忘れないで欲しいのです

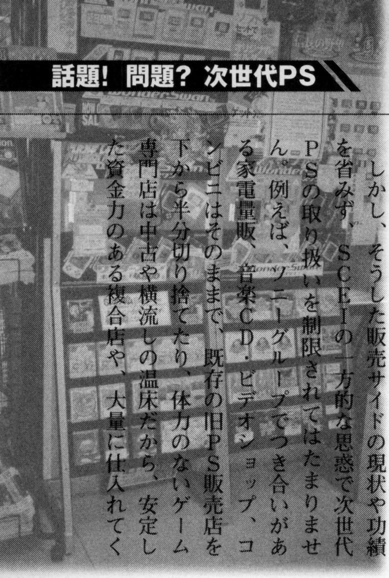
SCEIの皆様、お元気でしょうか。次世代PSの性能、噂には聞いておりましたが驚きました。近未来のコンシューマアーキテクチャを、数万円で実現する力業の結晶「次世代PS」凄すぎです。しかしあの発表が与えたインパクトが、ユーザーの買い控えを呼んだのか、3月商戦以降、DCもN64も、ついでに互換性という保険付きのPSソフトまで売れなくなってしまいました。業界に降り注いだディープインパクトはまさに「恐怖の大王」。任天堂じゃないんだから、もう少しドンと構えて、業界全体のために発表のタイミングを考えて頂きたかった。

それにしても「次世代PS」はビジュアルの進化や拡張性ばかりが騒がれているのが不安でなりません。かつてSFCの2DCGから、PSやSSの3DCGに革新したとき、店頭デモを見つめるお客様の目は、驚きと感動に満ち溢れていました。しかしあれから5年、満を持して登場したDCは、お客様（特にライトユーザー）の目には綺麗になっただけとしか映ってないようです。次世代PSの「エモーショナル・エンジン」が紡ぎ出すリアルタイム3DCGも、ただ綺麗な映像を見せるだけの進化なら、お客様の反応は変わらないでしょう。本当に革新的なハードとして、万人に受け入れられるために必要なことは何か。それは次世代PSで動くコンテンツが、いかに「新しい遊び」と、それを「動かせる驚き」と、他メディアでは得られない「双方向性ゆえの感動」を与えてくれるのか、に尽きると思います。

現時点でSCEIが提示した次世代PSの可能性は、ハイエンドクラスのCGを「動かせる驚き」と、ゲームとは無関係のソニーAV機器戦略です。遅かれ早かれ「エモーショナル・エンジン」の持つ「情緒的表現」を可能にするグラフィックパワーを、環境に恵まれたクリエイターが理解し、駆使することが可能になったとき、「新しい遊び」と「双方向性ゆえの感動」も生まれてくるでしょう。しかし肝心のソニー経営陣の口から「凄いグラフィックでしょう」という自慢しかでてこなかったのが、ゲーム人の不安をかきたてるのです。私もゲームというメディアを販売の側から支える立場の人間として、ただ売れるからという理由で無責任に次世代PSを応援するわけにはいきません。「ソニーよ、ゲームをどこへ連れていこうとしているのか？」。ぜひその答えを頂きたい。

さて販売店、特にゲームの売り上げだけを





日々の糧としている新品ゲーム専門店が抱く最大の不安は、予想される流通再編において「次世代ＰＳの取扱店になれるのか」ということです。セガでさえＤＣの取り扱い店舗を減らしたのですから、現在のＰＳ販売チャネルが飽和状態にあるのは確かです。また既存の販売店自体も弱体化しています。法的な根拠は別として中古ショップの増加、多数の心ないコンビニや正規取扱店オーナーによる裏流通やバッタ問屋へのソフト横流し、店舗過剰地域の止めどない価格競争、そして大手ＦＣチェーン本部ブルートの倒産で露呈した、新品だけの取り扱いでは利益率が低すぎて、経営が難しい現実。それでもＰＳがシェアを獲得した理由のひとつに、過去の栄華を誇示する任天堂や、頼りないセガではなく、白馬の王子ＳＣＥＩを販売店が信頼し、そのビジネスプランを店頭で実現しようと努力してきたことを忘れないで頂きたい。

しかし、そうした販売サイドの現状や功績を省みず、ＳＣＥＩの一方的な思惑で次世代ＰＳの取り扱いを制限されてはたまりません。例えば、ソニーグループでつき合いがある家電量販、音楽ＣＤ・ビデオショップ、コンビニはそのままで、既存の旧ＰＳ販売店を下から半分切り捨てたり、体力のないゲーム専門店は中古や横流しの温床だから、安定した資金力のある複合店や、大量に仕入れてくれる家電量販を中心にして、ゲーム専門店は切っていこう、などと考えないでください。

片手間でゲームを取り扱うコンビニや複合ショップの店員でも、ゲームという特殊な商材を適切に扱えると思ったら大間違いです。新品ゲーム専門店の日々の努力と苦労をご存じか？　それはリスクある新作発注に始まり、売れ線以外の品揃えも含めたバックオーダー、店頭デモや商品プロモーションとそのディスプレイ、ハードやパーツ接続の説明、日々更新される発売日の告知、メーカー側に原因がある数々のクレームへの対応といった商品知識を駆使した接客サービス、資金繰りのために泣く泣く決断を迫られる不良在庫の赤字販売に至るまで、金儲けを超えた専門店のプライドを賭けた商いなのです。

また、かつてＰＳソフトが定価で売れていたとき、家電量販のゲーム販売のシェアが低下したのを覚えていらっしゃいますか。結局シェアを上げるために価格競争の口火を切ったのも、薄利多売でゲームを客寄せパンダのごとく扱っているのも家電量販なのです。我々一般小売店が、強烈な家電量販の乱売に対して、泣く泣く利益を削って価格を下げざるを得ない悔しさをわかって頂きたい。ゲームを客寄せパンダに利用してシェアを上げた家電量販を、次世代ＰＳのＡＶ機器戦略と絡めてメインのビジネスパートナーにしようと考えるなら、それは旧ＰＳ市場を失うことだと覚悟してください。ＰＳの今日を築き上げたのは、地道な売場作りでお客様のニーズに応え、努力を積み重ねてきた小売店・専門店なのですから。

この華々しいゲーム業界には、他メディアに見られる立派な専門店、信頼のブランドショップが存在しません。私の店は過去３年間そんな店を目指してきました。しかし利益率が低いのに、返品などのリスクヘッジが用意されていない、この業界のおかしな組織構造がそれを許してくれません。ＳＣＥＩの皆さんへ「ソフトなければただの箱」という格言にもうひとつ「専門店なければただの水モノ商材」という言葉を贈りたい。ゲームを立派なメディアのひとつとして、誇りと愛情を持って取り扱う専門店がなくなれば、たまごっちのように、流行モノ、水モノ商材として衰退していくでしょう。

厳しい言葉の羅列で申し訳ありません。でもこんな時だからこそＳＣＥＩにもう一度奇跡を起こして頂きたい。どうか真摯に販売店の声に耳を傾けて頂きたいのです。これまでお世話になったＳＣＥＩの皆さん、そして尊敬するソニー経営陣のお歴々の皆様。ぜひお返事ください。共に次世代ＰＳでゲームビジネスに本当の革命を起こしましょう。

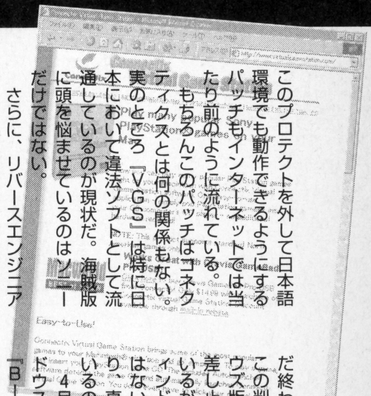
１９９９年４月吉日　田中良也

1970年生まれ。'94年カプコンに企画として入社。'96年ゲーム制作に活かすため販売を経験しようと転身。FC加盟店の店長としてTVパニック蒲田店を立ち上げ、日本一の専門店を目指す。この春より初心貫徹「店長の考えたゲーム」実現の為、フリー活動も開始。さて如何に？

何が問題なのか― PSエミュレータ『VGS』の現状

マックでPSソフトが遊べる『VGS』。その実態と裁判を巡る現状とは。





コネクティクスの『VGS』はマッキントッシュでプレイステーションのゲームをプレイできるアプリケーションだ。『FFVII』をはじめ『鉄拳3』、『R4』などの主要なPSのタイトルが、Macでほぼ完全に動いてしまう。現在のところ、オフィシャルに確認されているものだけでも200近くのタイトルが動作する。もちろんエミュレータである以上、ポリゴンなどで起こる若干のコマ落ちやムービーの乱れはあるが、普通に遊ぶ分には十分に許容範囲内と言えるレベルである。文句を言うとすれば、サウンドがモノラル出力ということぐらいだろう。

だが問題が1つあった。コネクティクスは『VGS』に関してソニー（注）からライセンス許諾を得ていなかったのだ。

もちろん、ソニーも黙って見ているはずがない。ソニーは『VGS』を商標及び著作権、特許権侵害でサンフランシスコ連邦裁判所に提訴した。

当初連邦地裁は一時的な販売差し止めを求めるソニーの要求を退けたが、4月の判決では一転してソニーが勝訴。現在コネクティクスは新規の販売出荷を停止中だ。当然コネクティクスは控訴する意向で、裁判の行方は予断を許さない状況である。

では、『VGS』の何が問題となったのだろうか？

まず著作権侵害では、いわゆるPSの海賊版問題がある。東南アジア諸国でPSやSSの海賊版が大量に販売されているのは周知の事実である。日本も例外ではない。インターネットでは、CD-Rを使ったPSやSSの違法コピー品がユーザー同士で堂々と交換されている。

もちろん、海賊版に対してPSはプロテクトをかけているのだが、MODチップで簡単に外すことができる。『ポポローグ』以降の新型プロテクトも、すぐに新型のMODチップが対応し、結果的にMODチップ業者に新たなビジネスチャンスを与えることになった。

『VGS』で問題となるのは、このようなコピーCD-ROMが動いてしまうことにある。これが結果的にソフトの違法コピーを助長するというわけだ。

『VGS』もソニーの訴えに呼応する形で、コピーしたソフトでは起動できないように、新型のプロテクトを導入した。が、数日も経たないうちにインターネットでは、このプロテクトを外すパッチが流れている。

また『VGS』は英語版のMacOSを対象に作られているため、基本的に日本語版のMacOSでは『VGS』をプレイすることができない。しかも、動作するのは基本的に北米仕様のPSソフトのみである。だが、このプロテクトを外して日本語環境でも動作できるようにするパッチもインターネットでは当たり前のように流れている。

もちろんこのパッチはコネクティクスとは何の関係もない。実のところ『VGS』は特に日本において違法ソフトとして流通しているのが現状だ。海賊版に頭を悩ませているのはソニーだけではない。

さらに、リバースエンジニアリングの問題がある。世界中のエミュレータ作者がもっとも困難に感じていることは、マシンの開発資料をそろえることである。コネクティクスは、PSのBIOSを解析して『VGS』を開発した。BIOSが違法にコピーされたものなのかどうか。彼らはコードの流用はしていないと主張している。問題は、それが公正な使用（フェアユース）だったのかということだ。

ソニーは『VGS』でPSソフトを動かした場合のクオリティについても、訴訟理由に挙げている。エミュレータである以上『VGS』ではPSのソフトを完全な形で再生することはできない。従って、これを容認すれば、ソフトウェアの動作に対してメーカーとして責任を取ることができないというわけだ。

さまざまな過程を経て判決は下った。だが、コネクティクスが控訴しているため、問題はまだ終わっていない。ソニーは、この判決はMac版とウィンドウズ版両方の『VGS』の販売差し止めを意味すると主張しているが、コネクティクスは「ウィンドウズ版の開発計画に変更はない」とリリースを出しており、真っ向から意見が対立しているのである。

4月には別の会社からウィンドウズで動くPSエミュレータ『Bleem!』も正式出荷が開始された。『VGS』や『Bleem!』は、Macやウィンドウズユーザーのなかに、新たなPSユーザーを獲得する可能性もある。ソフトハウスから見れば、エミュレータは、古いソフトを売るための新たな市場となり得る。エミュレータ用の作品ならば、ソニーへの高額なライセンス料も必要なくなるかもしれない。

ソニーはPS2のリリースを控えている。プラットフォームの選択の幅が広がることは、ユーザーには歓迎すべきことである。消えゆくプラットフォームもエミュレータならば、ゲームとともに残すことができる。『VGS』を巡る争いの結果は今後のエミュレータに大きな影響を与えることは間違いない。

（注）ここでいうソニーとは、SCEI及びSCEA（ソニー・コンピュータエンタテインメント・アメリカ）のこと

佐々木一憲(ささき・かずのり)：元三才ブックス『ゲームラボ』編集部、編集者兼主筆ライター。会社側と雑誌の方向性を巡って対立したため退社。現在、編集者兼ライターとして各方面で活動中。ご意見ご感想その他は、hack@jweb.co.jpまで。

新時代のサービスの創造を……

その高すぎる性能ゆえに実態の見えにくい次世代PSの発表を、業界はどのように受け止めたのか。今回取材を通して聞こえてきたのは、ゲームが新しい段階に進もうとするための、うねりであり、きしみだった。

「ゲーム&ウォッチ」以降、「枯れた技術の水平思考」を標榜してきたゲーム業界。しかし32ビット時代を迎えて、ゲーム機は家電やコンピュータ業界との提携により、最先端の半導体技術を用いて作られるようになった。そして次世代PSでは、現時点で満足できるチップがないとばかりに、自社で工場を建ててCPUを製造するまでに至っている。まさに明日の技術を用いてゲーム開発を行う時代となったのだ。その結果、気がつけば次世代PSはアーケード最新基板の性能を軽くしのごうとしている。

一方で「ゲームを玩具の域に留めたくない」と、ゲームを軸に別の文化を育てようとしたSCEIの挑戦は、PS1の全世界五千万台出荷という形で成功を収めた。同じCD―ROMを用いた娯楽として、今やゲームは音楽CDを聞くように消費される時代へと突入している。下位互換によりPS1の遺産を受け継ぐ次世代PSは、さらなる一般層を取り込み、デジタル・エンターテイメントの拡大を目指して邁進するだろう。明日の技術（ハード）と未知への挑戦（ソフト）が融合して何を生むのか。その答えはまだわからない。

もちろん現時点で次世代PSのソフトがすべてフルCGの大作ゲームになるとは考えにくいが、製品としてある程度のクオリティを求められることも確かだろう。『FFⅧ』の大ヒットと共に『GUNPEY』が愛されている現状を見れば、古典的なゲームを遊ぶには携帯ゲーム機でことたりる。実際、家庭用ゲーム機から携帯ゲーム機へと開発をシフトするメーカーも多い。だが、かつての恋愛シミュレーションバブル同様、粗製濫造に陥って市場が縮小する可能性も否定できないだろう。

その中で印象的だったのが「誰も答えはわからない。だから我々は自分が面白いと感じる物に素直になる」と、付和雷同する業界の中で淡々と物を作るメーカーの姿勢だった。また「次世代PSでゲームは他のメディアとようやく肩を並べる存在になる。それはゲームが一過性の娯楽以上の物として、人々に定着しつつあるということだ」と、ゲームを商品と共に文化として広めようとする流通関係者の姿だった。そして「ゲームはもともとエンターテイメント。決まった形などないし、むしろ古い殻に閉じこもっていては飽きられる。ハードの向上は可能性の拡大」と変化をポジティブに受け入れる開発者の姿だった。

32ビット機の登場による表現力の向上は、ゲームに一般性をもたらし「ライトユーザー」なる造語まで生んだ。綺麗な映像はゲームの間口を広げると共に、その可能性をも推し進めようとしている。DVD―ROMがもたらすデジタルの光の中で、映画や音楽や情報にゲームが肩を並べ、互いに影響を与え合う時代で生まれる遊びとは何か。それは携帯電話やメールブームに負けないだけの力を持った物なのか。次世代PSの発売まで早ければ半年と言われる中で、新時代のサービスの創造という、口にすれば陳腐すぎる命題を、業界は改めて真剣に考える時期に来ている。懐古趣味に陥った娯楽産業に、明日はない。（編集部）





RASHO

独創的、あまりに独創的なゲームをＭａｃにて発表し続けるイタチョコシステム代表・ラショウ氏に聞いた。

Q1. 今回は「次世代ＰＳ想像図」ということでお願いしたのですが、ラショウさんが考えられる次世代ＰＳのイメージを一言で言うとなんですか？

A1. **謎めいた、秘密めいた、得体の知れないなにか。発売されてもまだ何者かわからない位のがいいですね。**

Q2. 次世代ＰＳに興味はお持ちですか？　また、次世代ＰＳで作りたいゲームなどはありますか？

A2. **興味はあるけど、それほど期待はしていないですね。ゲーム自体のシステムが行き詰まっているような気がするので……。人工知能を創りたいなあ。ひどく気分屋な奴がいい。本格的に頭の悪い人工知能。**

Q3. ラショウさんがゲームをお作りになられる上で大切にしていることはなんですか？

A3. **情熱。しかしかなり揮発性が高い感情なので、新作制作にもすぐ飽きてしまう私なのであった。いかんねえ……。**

Q4. 今現在、凝っていらっしゃることなどあればお聞かせ下さい。

A4. **ネットゲームの『ＵＯ（ウルティマ・オンライン)』は相変わらず面白い。人と人が関わりあうネットゲームをもっと掘り下げていきたいです。『ウルティマ』ではいつも動物調教をしています。実は孤独な職業だったりする……て人と関わってないやん。**

Q5. 映画、小説、ＴＶなどで最近面白いと思った作品があればお聞かせ下さい。

A5. **インド映画『ムトゥ／踊るマハラジャ』でしょう。マハラジャが踊るのがなんともいい……そのまんまですな。『２』はそれほど良くないらしい。**

Q6. 今までプレイされたゲームの中で、最も心に残った作品はなんですか？　また理由もお聞かせ下さい。

A6. **最もではないけれど『フロントライン』でも挙げておきます。人の命の無常ってものを感じました。あと『リブルラブル』、無意味、無節操な集まりの面白さに敬礼。イタチョコもそんなんばっかり。**

Q7. 現在制作中の作品、また今後の活動予定についてお聞かせ下さい。

A7. **新作『森で暮らしてたっけ？』(Machintosh版)が発売されているはずです。サボっていなければという条件つきですが……これを発売しなければウチはつぶれるのでなんとかしたいです。**

Q8. 最後に、ゲーム批評の読者に何かメッセージをお願いいたします。

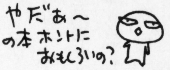
A8. **ゲーム批評ラショウ新連載四コマ漫画『こんなゲームに誰がした』にどうぞご期待下さい。すみません今思いついただけです。仕事ないですかねえ？　ああ素敵な私のメッセージ。届け編集部！　そして鳥になれ！　よくわからんが……。では、さようならー。**

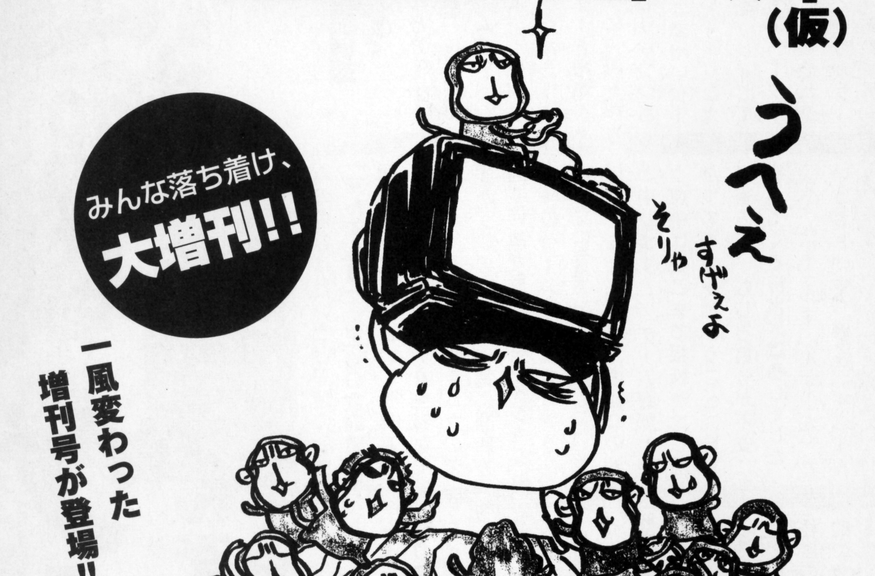
PROFILE

ラショウ：ゲーム史に輝く(本人談)あのキテレツゲーム『ボコスカウォーズ』を創った後、印税でしばらく遊び、使い果たしてバイトをする。ある日竹やぶの竹が光っているのを発見し……（中略）。ゲームソフトハウス「イタチョコシステム」を設立。次々とくだらないゲームを発売し、まともな成功も収めぬうちに気が緩み、イラスト、マンガ、エッセイなんぞに手を出し、執筆業のマネごとをしている。最近では「巨人のイタチョコの星のシステム」（毎日コミュニケーションズ）という単行本を発売したものの、マンガだかソフトハウスノウハウ本だかはっきりジャンル分けできず、本屋も困って鬼っ子扱いの模様。

ゲーム批評 増刊

ゲーム批評ゴールド（仮）





みんな落ち着け、
大増刊!!

一風変わった増刊号が登場!!

暴発巻頭カラー企画!!

猿の帝国

「大ショック!!　猿がゲームを……?!」。猿とゲームの意外すぎる関係がいま明らかに！

特集1　徹底分析！ゲームにドラマツルギーは存在するのか？

「総合エンタテイメント」を名乗るにしては、あまりにもなおざりにされているゲームの作劇術。
テレビゲームにおけるドラマツルギーの在り方を考察する！

特集2　素晴らしきヒコーキゲームたち

大昔から人類の憧れである「空を飛ぶ」という夢は、いかに描かれ、いかに表現されてきたのか？
空飛ぶベクトルを持ったゲームをお目々キラキラ大特集！

特集3　繋げ！ネットワークゲーム2000 !!

家にいながらにして世界中のゲーマーと遊ぶことのできるこの異常事態に、君はまだ冷静でいられるのか!?
ゴールドがあなたをネットワークゲームの世界へひきずりこむ！

がっぷちゃんと獅子丸先生の「ゲーム業界ピカレスクまんが教えて悪いひと」

そのほか、有名クリエイターへの捻じ込みインタビューや、読んだら頭のフタがあく作品批評、
エッセイ、今はまだ言えないマル秘企画などが目白押し。
目下ゴリゴリ制作中です!!



7月下旬発売予定!!

A5判／880円（予価）

※予告内容は都合により変更になる場合があります。

大好評連載

悪趣味ゲーム紀行

第二十四便

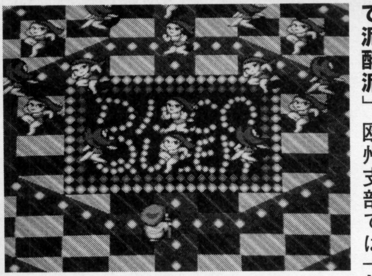
『ずんずん教の野望』

がっぷ獅子丸

どう考えても基板償却目的でしょ。コレ？

さて今回はというとアーケード『**ずんずん教の野望**』にしちゃいました。このゲームがでた'94年といえば、丁度『バーチャファイター』が登場したあたりでしょうか？ アーケード市場がよりライト＆ポップに一般大衆の社交場へと様変わりしつつあるなか、このゲームは薄暗いゲーセンのなか幸薄そうな顔した大きいお友達が一生懸命プレイしている姿を思わせる**インベーダーハウス時代**の匂いを残しそれがいわゆる旨味成分というかゲームのコクとなっています。ゲームの内容はというと、謎の教団「**ずんずん教**」に正義の**金地蔵・銀地蔵**が立ち向かい、世界各地の支部へ赴き教団員を全滅させるシューティングゲームなのですが、このゲームは特に関西方面で何故か**異常なブレイク**をし、当時のゲーメストのスコアランキングに登場しておりました。では、そんなに隠れた名作なのかと申しますと、ゲーム野郎という連中はここまで根性が捻じ曲がってるのかということに自らを省みて、むしろ自分が不安になってくる程**ホメごろし**でした。「ずーんずーんずーんずーん」というSEにでっかく『ずんずん教の野望』という文字がスクロールし、最近のTVアニメのようなCAUTION表示が。〈**このゲームはいかなる宗教とも関係ありません**〉わかっとるがな!! タイトル画面となりスタート致しますとまず世界を牛耳る日本・アジア・欧州・米国支部のステージを選択しレッツ地蔵！（意味不明）各ステージはそれぞれ4面構成で、1～3面の各支部各派の教団員（？）を全滅させると4面でボスである支部長が登場するという構成ですが、このゲーム部分がまた世知がらい。システムは横1.5×縦2画面程度のフィールドで『**ギャラガ**』的に攻撃してくる敵を上下左右移動しながら上方向に攻撃するのですが、常にデッドに狙いつづける敵の攻撃に加え、終始画面が点滅しつづけるて[redacted]かん必至の**アンチCESA仕様**もあったりで、何処にこのゲームの道理があるのかと思いきや、この異常な味とコクのみで存在するキャラクターがこのゲームの価値を決定づけているのでしょうか。差し当たりアジア支部から行きますと、アジア支部其の一「**まんまんだらだらの間　今日から太極拳派**」。筋肉から力が抜けた。アルツハイマーにもなった。奇怪な動作をするチュンリーを壁に叩き込んだようなキャラを地蔵が殲滅する。この光景にしばし阿呆になったかのようにプ

がっぷ獅子丸（がっぷししまる）
1968年生まれ。アーケード及びコンシューマの企画兼プロデューサー。手がけた作品に某業務用実写流血和風格闘ゲームがある。バカ雑誌のライターを兼業し、仕事との葛藤に悩むシックでメロウな31歳。



『ずんずん教』はボクも『ＶＦ』シリーズと掛け持ちでモリモリやっていました（関西出身担当）。

レイすると、やがて敵は壊滅すると次のステージが「**蛇の笹薮子供うけパンダ派**」。その次が「**ナマステ砂漠　健康はヨガから派**」…。そら実在宗教とは関係ないやろ!!　んでボス戦となるのですが、こいつがドンブリに乗った豚男がナルトや餃子を投げつけるという、小学生からデザインを搾取した創■学会員のそれよりもはるかに趣のある風貌のラーメンマン。一事が万事こんな感じで、日本支部ではザコは「**豆屋ホテル宴会場　演歌はこぶし派**」「**上野駅東北線乗り場　朝まで泥酔派**」、欧州支部では「**バー**『**おフラメンコ**』**悲しみのマドンナ派**」米国支部では「**カモネギーホール　タップはお好き？派**」……。おまえらナニも考えてヘンやろ!?　こんなクレイジーな世界観になんで地蔵が戦ってるのかという大疑問はともかく、一応地蔵もアイテムで色々無敵やらパワーアップやらありまして、こいつが地蔵がＬＶ２で「**菩薩**（２ショット）」ＬＶ３で「**明王**（３ＷＡＹ）」ＬＶ４が「**阿修羅**（４ＷＡＹ）」となるのですが、各支部ごとにＬＶアップが２つしか出てこない心の狭さで、滅多なことでは明王すら拝めないくせに、それぐらいにならないと真面目に立ち向かえず、いわゆる爆弾の「**御心ボンバー**」の威力が弾一発分で全滅不可能というこの加虐的仕様が、はたしてマゾっ子メストちゃん達のハートにえぐりこんだのでしょうか。そして４つの支部をクリアすると、最終ステージ、秘密本部とステージが進むのでした。ダンス人形や偽地蔵を撃破し、ついに最終面「ガイアの間」。教団首領は、手足をつけた一つ目の地球「**アースノイド**」なのでした。動くと手足がえのきの様になり、ボコボコ子供（地球）を吐き出すこの**地球の無意識**を撃破し、さてエンディングはと申しますと、ゲゲゲッ!!　このゲーム、二周しないとクリアできない超最低『**魔界村**』仕様なのでした。「ナンでアーケードゲームの**マイナーな部分**だけ抽出しとるんじゃい！」思わずコンロで基板ごと火にかけようと思いましたが、泣く泣く頭からやりなおし。そして再びずんずん教首領アースノイド様を倒すと、こんどこそエンディング、夕日の前で崖に立つ地蔵の姿が。「**金地蔵銀地蔵の活躍によって人類は救われた　がいいのかな？　地球の無意識やっつけちゃって……**」「**いいんじゃない？**」………。疲れた。帰って寝よう。ところで、このゲームのデモプレイですが、制作スタッフがやる気ゼロで地蔵が敵の弾を避けようとか、プレイヤーに手本を見せてやろうとかいう気が全くなく、全然参考どころか、プレイヤーに対する愛情さえも感じさせませんが、この制作会社の港技研というところは一体ナニを作ってるのか？　善意の方々からの情報おまちしております。



画：南敏久

ずんずん教の野望（STG）
メーカー：セガ／機種：アーケード／発売年度：'94年

今、業界でホンネを語らせたら一番おもしろい、カプコン岡本吉起氏の大好評連載、第4回!!

岡本吉起の言わしてもらうで

第4回　アーケードの未来を思う

今を去ること十ン年前、ワタクシ岡本吉起がゲーム業界に足を突っ込んで初めて手がけたのは、テーブル筐体のアーケードゲームでした。以後十年ほどはアーケード一筋で、4年ぐらい前からカプコンのアーケードとコンシューマの両方を統括するようになったわけですが、気持ちはやっぱアーケードが故郷というか、思い入れがあります。売り方がソフト自体に劣らず重要なコンシューマに対して、インカムというゴマカシのきかない数字で評価されるアーケード業界のシステムが、真剣勝負っぽくて好きだし。そんな私の気持ちに対応して、ってわけでもないですが、カプコンの開発人員も6：4ぐらいでアーケードの方が多かったもんです。3年ぐらい前まではね。

　それが今は4：6で、コンシューマに関わる人数の方が優勢になってます。『バイオ ハザード』をきっかけに、サバイバルホラー系に力を入れるようになったせいもありますが、基本的にはやっぱり業界全体の流れに沿ってのことですね。

　もうお気づきでしょう、今回はアーケードの衰退っていう、痛い話をします。

　この件については方々で色々言われてますが、しかし実を言うと客足の衰えは、今に始まったことじゃないんですよ。去年からは『ビートマニア』を中心にしたコナミの音楽ゲームがゲーセンを支え、その前はプリクラを筆頭にしたデジカメ小物自販機が客を集め、その前はUFOキャッチャーに代表されるクレーンゲームが店をにぎわしたわけですが、儲けが一番大きかったのはやっぱ20年前のインベーダーブームの頃で、大まかに見ると以後はずっと縮小してるわけです。'80年代末の、『テトリス』で始まった落ちモノブームと、'90年代頭の、『ストリートファイターII』で始まった対戦格闘ブームの頃は、バブルとその余波に後押しされたアーケード出店の増加もあって、多少は客層が拡大しましたが、それが最後の花。ここ数年は本格的な右肩下がりが続いてます。で、これまでは年に数本のヒットがあれば支えられてたロケーションが、もうヤバいとこまで来ちゃったわけです。

　原因はいくらでも挙げられますよ。娯楽の種類が増えた。不景気の影響で、どこも資金繰りが悪い。携帯電話に若者の金を吸われて、ゲームに回ってこない。マニア層が固定してインカムが低下したり、ゲーム難度が上がって初心者が参加できなくなったりしてる。落ちモノ／格闘バブル期の感覚で収支を考えるのが間違い。メーカーもオペレイターも安定志向に走って、ラインナップがマンネリ化してる。おや、なぜでしょう、耳が痛い。

　あと、大きいのが、プレイ料金の固定。家賃も光熱費も人件費も基板価格も上がってるのに、アーケードゲームだけは20年前と同じワンコイン百円のまま、ところによっちゃ50円ですから。缶ジュースだって百20円になってるご時世、オペレイターの工夫やメーカーの努力にも限界があります。でも、料金を上げたらきっと客が付かないでしょう。今はコンシューマでも、アー

ケードと全然変わらないクオリティのゲームがプレイできますもんね。そう、これこそが、ジリ貧だったアーケードを一気に追いつめた要因です。

ほんの数年前まで、コンシューマ用ハードの性能はアーケード機に遠く及ばず、ほとんどの移植ゲームはマガイモノでした。RPGみたいに家でしかできないゲームを除けば、ホンモノのゲームってのはアーケードゲームのことだったんです。

ところが今は、アーケードで置いてあるソフトも、コンシューマ向けに売られるソフトも、ほぼ同じ。アーケードじゃ百万円の筐体にその都度コインを入れないとプレイできない『リッジレーサー』が、家なら5800円でやり放題です。『バーチャ3tb』も『鉄拳3』も『マーヴルvsカプコン』も。それも移植がいいとかいうレベルじゃなくて、最初からコンシューマ互換基板で開発したものをアーケードに置いてる。同じモノです。家庭のテレビも大きく鮮明になったからモニタの性能も同じ様なもんだし、音響は、ほとんどのゲーセンより家の方が格段にいいでしょ。これじゃ勝負になりませんよ。

アーケードゲームの性能をもっと上げて……とか、斬新なアイデアの作品を次々出して……とかいうのは机上の空論ですね。今や、コンシューマゲームに使われるテクノロジーは世界最高レベルですから、これ以上はコストが引き合いません。アイデアもしょせん小手先のもんだし、ほとんどのアイデアはコンシューマにも使えちゃうし。とにかく、ここまで大きな変化を乗り切るには、アーケードの業態自体も大きく変えないとダメでしょう。

まずは当面、低コストで客付きがよくてメーカーも儲かるゲームシステムを確立せにゃなりません。今オペレイターを圧迫してるのは、基板や筐体の価格の高さ。ゲームの大容量化の波を、コンシューマはCDロムの導入で乗り切りましたが、いまだにマスクロムを主体にしてるアーケードでは設備費にそのまま跳ね返って、メーカーやオペレイターのリスクが増大してます。いっそ、アーケードのソフト供給システムもコンシューマに合わせたらどうでしょう。具体的には、NAOMIやプレステ2みたいな数種のシステムをアーケード用のマザーボードにして、メーカーはそれに対応するCDやDVDだけを自由競争で売るようにする。これならメーカーの材料費やオペレイターの新作購入費は、数分の一から数十分の一に抑えられますよ。あと、安い単価でゲームを味見させるって役割を一歩進めて、稼働中のゲームのソフトをゲーセンで売っちゃうとか。

異論もありそうですが、アーケードのプレミア感というのは今でも大概薄くなってるんですから、あがいたって無駄。他人と対戦できることと、人前でプレイを見せられることを売りに、「ゲームの試供と交流の場」に徹するぐらいの開き直りが必要でしょう。

とにかく、目を背けても問題は消えないし、愚痴っても過去は戻りません。前向きに、早い目に手を打っておかなくちゃ。



イラスト：西村キヌ

岡本吉起（おかもと・よしき） 株式会社カプコン開発本部取締役本部長。カプコンのアーケード、コンシューマの開発を統括的にプロデュースしている。

KOJIMA CINEMA

第15幕『ブレイド』



コジマシネマ開演の挨拶

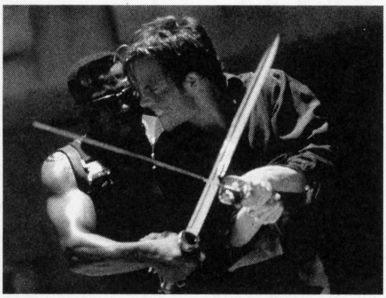
今回の作品は待ちに待った映画、スティーブン・ノリントン監督のハリウッド進出第1回作品、『ブレイド』です。ノリントン監督は『THE MATRIX』のウォシャウスキー兄弟や『ダークシティ』のアレックス・プロヤスらと共に、今最も注目されているマンガ（ゲーム）世代の若手映像監督の一人でもあります。

ブレイド、ヘラルドで観る

アメリカ公開から待たされること9ヵ月……ヘラルドの試写室でようやく観る事が出来ました。この映画、制作中からずっと注目していた作品です。制作の難航も幾度かあったようですが、ようやく完成したものの、日本での公開がなかなか決まらずヤキモキしていたところです。ちなみに『ブレード／刀』（ツイ・ハーク監督）ではありません。しかし、待っただけはあります。まさにノリントン監督、『ブレイド』でオタク心を切りまくってくれます！

スティーブン・ノリントン監督、ハリウッドへ行く

ノリントンの初監督作品である『デスマシーン』（メタルギアに歯をつけたようなロボットが襲ってくるSF）は低予算映画でありましたが、非常に丹精に創られていました。その『デスマシーン』の成功でハリウッドに抜擢され、今回の『ブレイド』を任される事になる訳ですが、正直心配でした。ハリウッドに招かれて大作主義に潰されてしまう監督が多いのです。



チャンバラシーンも熱い『ブレイド』。

しかし、まったく心配はいりませんでした。やはりジェームズ・キャメロン同様、SFXアーティスト出身者は強いです。SFXとは、「お金を使わないための技術（工夫）」の一つでもあるのですが、どうやらノリントン監督はお金の効果的な使い方を心得ていたようです。

ブレイド、期待以上の出来！

オープニングから文字通り噛ま（カマ）してくれます。冒頭、なんとあのトレイシー・ローズは登場するわ、ニューオーダーの曲はかかるわで、オープニングから僕の心をガッチリと掴んでくれました。特にクラブでの最初の数十分

イラスト：新川洋司

間に渡る怒濤の戦闘シーンには度肝を抜かれます。カンフー映画やクロサワ映画、はたまた戦隊もの等の「マンガ」的エッセンスをうまく取り入れ、従来のハリウッド製アクション映画とはひと味違う、無国籍なアクションシーンに仕上がっています。まさに世界の「オタク」世代に捧げる、イギリス人「オタク」監督による「オタク」映画です。

この冒頭で、この映画のすべてが分かります。高尚な映画ではありません。ストーリーや設定（銃火器はデタラメ過ぎる）等、探せばいくらでも粗が見えてきます。しかし、この映画にそんな詮索、批評は必要ありません。エンターテイメントに徹した大馬鹿映画！　期待以上の出来、超お薦めです。

新たな解釈によるバンパイア映画

バンパイアの設定も斬新です。純粋バンパイア（純血）種と、人間から吸血鬼化した種との間に階級格差があったり、吸血鬼が人間と協定を結んで共存共栄していたりと、従来のゴシックホラーとしてのドラキュラ映画とはかなり異なります。バンパイアの歴史を蓄えたスパコン等も登場し、現代的なアレンジと解釈が随所に散りばめられています。どちらかというと、ナンシー・A・コリンズの『ミッドナイト・ブルー』シリーズに非常に近い世界観です。

自らのプロデュースでスナイプス復活！

とにかくウェズリー・スナイプスが格好いい！　アクションが始まると、あの超ダサいコスチュームも鈴木雅之（ラッツ＆スター）のような顔も気になりません。以前『デモリッションマン』でスタローンと非常に動きの鈍い格闘アクションを見せた彼ではありますが、今回は違います！　半バンパイアという役柄上でしょうか、パンチやキックに重みがあります。そして多用されるスローモーションや早回し演出が彼のアクションにＪＡＣ（ジャパン・アクション・クラブ）並の軽快さを与えてくれています。刀を拾う仕草やサングラスを取り返す決めポーズ等々……いやぁ、こんなに決まったスナイプスは見たことがないです。『ブレイド』のメインビジュアル（スナイプスの正面顔）で一歩引いてしまっている人が多いと思いますが、騙されたと思って観て下さい。今回だけはスナイプスの魅力にハマること請け合いです。

また敵役のスティーブン・ドーフがいい味を出しています。吸血鬼としては異例なほど小柄でありますが、これまでにないセクシーなバンパイアを演じています。母性本能を擽る表情で、従来のクリストファー・リー系ドラキュラにはないフェロモンを放っています。

映画とゲームの融合により国境がなくなる

映画とゲームは既に融合しています。映画世代の僕（日本人）が、欧米の文化（海外の映画や小説、音楽）に影響されて創ったゲーム、それが『メタルギア』です。結果、国内よりも欧米のユーザーに熱狂的支持を受けました。

ノリントン監督は日本のゲームやマンガに影響された映像人です。確か以前にＰＣで『デスマシーン』のゲームも創っていたと記憶しています。

今、『スター・ウォーズ』よりも、一番観たい映画である『ＴＨＥ　ＭＡＴＲＩＸ』のウォシャウスキー兄弟もゲームを創っていたらしいと聞きました。ゲームやマンガといった日本文化の影響を受けて育った欧米人が映画を撮り、完成したのが『ブレイド』や『ＴＨＥ　ＭＡＴＲＩＸ』等の次世代映画。『メタルギア』も『ブレイド』も、映画とゲーム（マンガ）文化との融合によって生まれた訳です。それは同時に欧米文化と日本文化の融合でもあります。既にそこには国境はありません。これこそがゲームと映画の融合であり、これからの世界基準でもあるのです。

『ブレイド』
BLADE
監督＝スティーブン・ノリントン
主演＝ウェズリー・スナイプス
人間とバンパイアの混血として生まれたブレイド。超人的な力と人間の心を持つ彼はバンパイアハンターとなって世界征服を企むバンパイア、フロストに闘いを挑む。（日本ヘラルド配給・公開中）

小島秀夫（こじま・ひでお）……株式会社コナミコンピュータエンタテイメントジャパン取締役。『スナッチャー』『ポリスノーツ』『メタルギア ソリッド』など、独特の世界観を持つ作品を創り続けるゲーム職人。また、ゲーム業界屈指の映画通としても知られる。



vol,12
カズマデラックス♥
祝完成記念特大号！
(ウソ)
ペルソナ2 罪
INNOCENT SIN.
「ペルソナ2 罪」が出来たぞ！
テーマソングは「hitomi」だぜ！
カンパイチーン
発売ハ6／24ダヨ。
噂は罪なの／巻
Rumor is sin.
これを見た者は
←コレを見ろ
三日以内に
←さらにコレを見ろ
"噂"ッテナニ？
で、今回の「ペルソナ」でお話のテーマになっているのは"噂"です。
コレコレ→
「ペルソナ2 罪」の
出た…。
人は自分と同じ「恐れや不安」を他人も持つことで心の平安を得ようとする。最悪の事態になっても「自分だけじゃ無い。」という心理が、安心を勝ち取るのかもしれない。ともかく、そんな理由で「恐れや不安」は"噂"として人々の間を駆け巡り、多くの人に「先入観」を与えていく。中には「先入観」が強く影響して、見えるはずの無い物が見えてしまう人もいるかも知れない。そうなるとその人にとってそれは"噂"では無く現実であり"噂"そのものが"噂"では無く真実になってしまう。ヘンな話だが"噂"と言う情報の流れにはそういったパワーがあるのだ。
この「恐怖心」もしくは「不安な気持ち」は、人の心にとってある意味でストレスである。そこで人はこれを解消する為にある事をする…、それは「情報の共有化行為」要するにそれが"噂"なのだ。
あのハナシ聞いたー
マジヤバくナーイ
ウチのカレシーて、ゅーか
霊感あるんだけどー
見ちゃったらしくてー
チョーヤバかったってー
さらにコレ⬇
このページを見せて
十人の人間に
⇧次はコレ
…。
例えば、いつも何げなく通っていた道なのに、その道で「殺人事件があって人が死んだ。」なんて話しを聞くと、今まで何ともなかったその道がなにかミヨーにイヤな場所になってしまう、こんな経験はダレでもあると思う。まあ、心霊研究家なら「そこで死んだ人が地縛霊になってるせい」と言い出すところだが、ひとつの考え方として「人が死んだ。」という情報を得た事で、「ここは人が死んだからオバケ出るコワイ場所。」という「恐怖心」が「先入観」として心に芽生えてしまい、その結果として、この場所にイヤな気分を抱く事になったと言えなくも無い。

大好評連載　カズマデラックス第12回!!

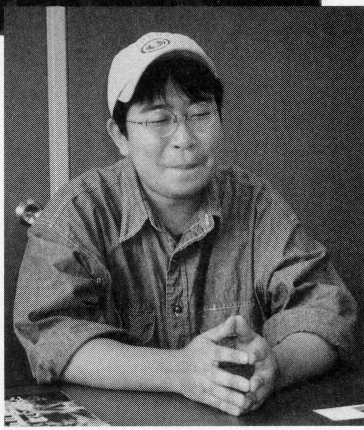


金子一馬：(株）アトラス第一開発部開発課アートディレクター。グラフィッカーとしてアトラスに入社後、『女神転生』シリーズのビジュアルデザインを手掛ける。その独特の個性はシリーズの世界観に欠かせないものであり、多くのファンを魅了している。

クリエイターの原体験 第12回

株式会社アクアプラス
ソフト開発事業部主任
高橋龍也氏（上）・竹中崇氏（下）







大学時代は二人で毎日ゲームばっかりやっていました

『雫』『痕』、そして『トゥハート』等、18禁ゲームのなかでも一際高い人気を誇るリーフブランドの数々。これらを生み出したシナリオライターの高橋龍也氏、イラストレーターの竹中崇（水無月徹）氏のお二人に、ゲームクリエイターになるまでの軌跡を中心にお話を伺った。

生い立ち―高橋・竹中作品の原風景

―高橋さんは、どちらのお生まれですか？

高橋龍也氏（以下、高）：僕は石川県の出身です。

―高橋さんの原風景は、やっぱり作品のなかに現れたりするんですか？

高：そうですね、『痕』の舞台となった地方都市は原風景と言いますか、実家周辺のイメージそのままです。あまり特定することはできませんが、自分の育った環境を忠実に再現しました。

―なるほど、それで『痕』の雰囲気には、不思議なリアリティがあるんですね。では、竹中さんのご出身は？

竹中崇氏（以下、竹）：生まれたのは埼玉県らしいんですが、その後はずっと大阪で育ったので、もう生っ粋の大阪人と言っても差し支えないぐらいですね。

―実際のお二人は、どういった子供時代や学生時代をお過ごしになられたんですか？

高：クラブ活動をしたり、暇なときは友達とたむろって喋っていたりと、わりとよくある学生生活だったですね。

竹：そうそう、もう何の変哲もない、普通の学生でしたよ。勉強して、部活に出て、遊んで。

―お二人はどちらでお知り合いになられたんですか？

高：関西にある同じ大学の同じサークルで知り合ったんです。マンガアニメーション研究会。僕が部



長をしていたんです。

竹：僕が自分の描いた絵を見せて、彼に自己紹介したんですよ。「俺はこんなヤツや～」と名刺代わりに。すると、彼の方も「俺もこんな絵を描くんやけど～」って。それがきっかけで、コンビを結成したんです。

——ではお二人で、いつもアニメやらマンガの熱い議論を交わしたりとか？

高：いえ、議論も研究も何にもしてなくて、周囲からはゲーム同好会と呼ばれていました（笑）。部室に置いてあるファミコンや、大学そばのゲームセンターに行っては、二人でしょっちゅう対戦してましたね。『インベーダー』の頃からのゲーセン小僧ですよ。二人ともゲームが好きだったので、そのままゲーム業界に入りたいなとずっと思っていたんです。

——じゃあ、大学時代はずっとゲームだけ？（笑）

高：いやいや、マンガアニメーション研究会の会誌が月に1回あったんで、僕たちも何か載せなくちゃいけなかったんですよ。それに描きましたね。3回ぐらい（笑）。

竹：その時の会誌のペンネームが、今でも尾を引いてるんですよ（笑）。

高：そうそう、コテコテのラブコメ本を作る時に、まずペンネームから入ろうってことで、彼が「水無月徹」って酔った名前を付けたんです。

竹：今にして思えば、本名にしておけばよかったですね。『雫』『痕』『トゥハート』と3作続けてクレジットされて、もう今から後戻りはできませんよね。

——そういう学生の頃の経験や生活が、ゲームの中に反映されている所はありませんか？

高：二人ともあんまり実体験を参考に作ってるわけじゃないと思いますね（笑）。

——では実際に影響されたのは、小説などの、二次的な作品がメインなんですね。

高：そうですね、漫画とか映画とかアニメとか、そういう中の良いものを踏まえて作ってきたと思います。例えば谷口ジロー（注1）とか（笑）。

竹：メジャーなSF映画とかはやっぱりよく見ますよ。逆に、そういう物に限られているかもしれませんね。最近だと『ガメラ3』。あれは特撮が良かったですね。

関西人の恋愛観

——3作品の中で、色々な恋愛模様が描かれましたよね。あれも、個人的な経験などが反映されてることはないんですか？

高：まあそういうのもないことはないんですけど、あれほどドラマチックな恋愛はしてないです（笑）。

——シリーズを通して、女の子たちに共通のカラーがあるので、お二人の好みの女性像は近いのかな、と思ったんですが。

竹：ああ、わりと近いものがあるかもしれませんね。二人のなかで「え、おまえあんなのがいいの？」と評価が大きく分かれることはないです。彼が知的なアホ系好きで、僕がアホ系な知的好きというか（笑）。

——では、お二人の恋愛観が実際のゲームに盛り込まれているといったことは？

高：元々、恋愛メインに書いてる意識はないんですよ。『トゥハート』も、友達なんかが二人で作る、仲良し空間のお話なんです。男同士なら友情で終わる話を、男女に

したら恋仲になったという、そんな感じです。

―男女なら、仲良いだけで終わりませんからね（笑）。

高：あれは常々僕らが考えてた、どうしたら場を楽しくできるかっていう、関西人としてのテーマですよね。僕は前の会社が東京だったんですけど、どうもその場が寒いんですね。他人行儀と言いますか。

竹：表面上は会話とか普通にしてるんだけど、もう一歩踏み込めそうにないシールドを張ってそうな、よそよそしさがあるじゃないですか。そのわだかまりを取り払って、居心地のいい関係を作れないか、というのが出発点なんですよ。

高：まあお互い、どういうアプローチで近づけば、暖かい場ができるかですね。それを盛り込んでゲーム化したのが、サウンドノベルという形を取ったんですね。

―友情で思い出したんですが、雅史シナリオも欲しいよねって、ゲーム好き同士で盛り上がったことがありますよ（笑）。

高：ああ、あっても全然問題はなかったんですけど、労力やスケジュールの問題ですね。女の子一人削ってまで、雅史を入れるのは難しい。まあ愛情とか恋愛感情は抜きにしても、雅史と友情を深め合うというのは当然ありだと思いますね。

竹：女の子とのエピソードとはまた違った、いい話が書けそうだな。

衝撃のデビュー作～『雫』が生まれるまで

―『雫』は、お二人のデビュー作品なんですか？

高：僕にとってはデビュー作ですが、彼はウチの会社からは、前に2作品ほど出してまして。

竹：『ナイト雀鬼』『Filsnown』の2本です。全然売れなかったんですけど（笑）。

―水無月（竹中）さんの描く絵は、他の作家さんから影響を受けたりされているんですか？

竹：そうですね、田中久仁彦（注2）さんや伊東岳彦（注3）さんといった、個性的な絵を描かれる方の作風を、取り入れようとした時期はあります。

―確かに、そういうデザインの流れが、水無月さんの原画の中に窺える気がします。

竹：今は、自分なりのカラーで、独自の方向にまとめていこうと思ってるんですけど。

―確かに『雫』の頃は、顔の表情に少し統一感がない……というとすみませんが（笑）。

竹：あの時は、ちょっと作風を変える実験をしてましたね。彼とコンビを組んだ、リーフで初めての作品なんで、色々変えていこうと。まず絵柄を直そうとして、試行錯誤している途中の絵でして、なんか変な感じになってしまってるんですよ。

―高橋さんは、シナリオデビュー作ということで、やはり苦労されましたか？

高：何も分からなかったんで、ホントに手探りで書きましたね。

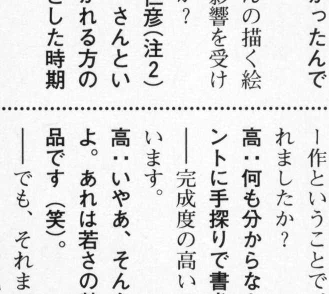
―完成度の高いテキストだと思います。

高：いやあ、そんなことないですよ。あれは若さの勢いで書いた作品です（笑）。

―でも、それまでの18禁ゲームにはシナリオ重視の作品が希少で

作品紹介 トゥハート（PS版）

学園を舞台とした恋愛サウンドノベルの良作。ウィンドウズ版をベースに大幅な修正を施しており、移植作といってもほとんど別物に近い。何気ない会話が充実し、ほんわかムードがパワーアップしている。オリジナルの発売から2年経過しているのが、シナリオにも感じられるというか……主人公の態度が、その分トシを食い、先輩の芹香よりずっとオトナに見える気がした。システムは、移動画面で「次にどこに行けば誰に会えるか」を表示する、音声はいつでもスキップOKなど、他のギャルゲーの長所を取り入れており、好感が持てる。



どのキャラクターも個性的で非常に出来が良い。

ToHeart (AVG)
メーカー：アクアプラス／機種：プレイステーション／価格：¥6,800／
発売日：'99年3月25日

した。
高：当時の美少女ものは、CGの塗りの良さと、枚数の多さをウリにするのが主流でしたが、その時はスタッフも少なかったし、物量での勝負は無理だったんですよ。その頃、チュンソフトさんの『かまいたちの夜』などのノベルソフトがブレイクしてましたから、僕らもあれをやろうと。あのタイプは、アダルト業界ではないという所に注目しまして。

――でも『雫』はダーク路線の走りでもあるわけで、あの時代によくできたなあと感心しました。
高：そうですね。自己探しや内面的な作品が、丁度ブームになった時期で、『羊たちの沈黙』『エヴァンゲリオン』がヒットしましたよね。あれは、タイミングが良かったソフトだと思います。



PROFILE

高橋龍也
1970年石川県生まれ。大阪の大学卒業後、(株)タイトーに就職し、横浜へ。1年半でタイトーを退社、1996年、ユーオフィス（現アクアプラス）に就職。水無月とは大学時代のサークル仲間。

竹中崇(水無月徹)
1971年埼玉県生まれ。大阪で育つ。大阪の大学中退後、TGLでアルバイトなど、ゲームに携わる仕事をする。1995年ユーオフィス（現アクアプラス）に就職。

ファン人気が育てる『トゥハート』

――『雫』『痕』とダーク路線が続きましたが、『トゥハート』でハートフルに転向したきっかけは？
高：『トゥハート』は、自分たちの好みを前面に押し出したんですよ。『雫』『痕』で、僕らの感性は、コアなユーザー層とリンクしているのが確信できた。じゃあ次は、思いっきり自分らのカラーを追求していこうと。
――キャラクターの中では、やはりマルチのデザインが秀逸だなあと。耳のインカムが、凄いシンプルな記号になっていて、コスプレに便利ですよね（笑）。
竹：最初はもっとメカメカしいのを想像してたんですけど、彼が強く「もっとシンプルにしろ」とリテイクしたんですよ。
高：メカメカしすぎてると、逆に嘘っちい（笑）。ギミックがウィーン、とか動いたりするタイプだったんですけど。
――同人誌なども描きやすいですよね。そういえば、リーフはファン活動に対して、寛容な態度を取っておられませんか？
高：会社が公式に奨励ってわけじゃなくて、僕らが個人的に好きなんです（笑）。『雫』がマイナーな頃に盛り上げてくれたのが同人誌サークルだったものですから。
竹：それにインターネットの評判なんかの口コミの力が大きかったんですよ。
高：リーフを育ててくれたのは、サークルとインターネットっていうのが僕らの見解でして。彼らとの関係を大切にしていきたいという気持ちがあるんです。
――ファン人気あってのゲームということですね。今日は、どうも有り難うございました。

（聞き手・構成／多根清史）

（注1）谷口ジロー：「坊ちゃんの時代」で手塚治虫文化賞を受賞した漫画家。渋い作品が多い。
（注2）田中久仁彦：『秘境探検ファム&イーリー』などのアニメ作品が人気のアニメーター。
（注3）伊東岳彦：むやみにアツい作風が売りの漫画家。代表作『星方武侠アウトロースターズ』。

緊急特集

中古ソフト販売問題

エニックス・コーエー、中古ソフト販売を容認――
ゲーム専門店ドウー、メーカーの訴えを認諾――
『三國志Ⅲ』裁判、コーエーの訴えを棄却――

5月27日の判決を待つばかりとなった中古ソフト販売問題。その前哨戦だろうか、いくつかのニュースが業界に飛び込んできた……。本稿では、中古ソフト販売問題の現状を報告、それを鑑み、裁判終了後の中古ソフト販売のあり方を問う。

ゲームは映画か? 地裁の判断が下る!

去る3月16日、テレビゲーム専門店「カメレオンクラブ」を経営する（株）上昇（山口県下松市）が、ソフトメーカーの（株）エニックスを相手に提起した「メーカーによる中古ソフト販売差し止め」の請求権不在確認訴訟（中古ソフト業界側では東京訴訟と呼ばれる）が結審した。判決はゲームソフト、ひいてはデジタル著作物における著作権のあり方を決定づけるといわれている（無論、どちらの陣営に軍配が上がろうと最高裁にもつれこむのは必至。その場合は解決までさらに数年の歳月が必要となる）。

ここに至るまで、中古ソフトをめぐってメーカーと中古ソフト業界の主張は常に平行線をたどってきた。メーカー側は「ゲームソフトは映画の著作物」であり「映画の著作物には頒布権が認められ」「著作者たるメーカーの許諾なしには（中古ソフトを）販売できない」と主張。一方の中古ソフト業界側は、これを真っ向から否定し、あくまでも自由な販売を貫く姿勢を崩していない。

読者が本稿に目を通している時点では、東京地裁の判決が出ているため「ゲームソフトが映画の著作物か否か」という本件最大の争点にもひとつの区切りがつけられているはずだが（5月27日に判決が出る予定）、これに前後して、いくつかの大きな動きがあったことを報告しなければならない。



左が（株）上昇社長金岡勇均氏、右が（株）アクト社長兼ＡＲＴＳ代表理事の新谷雄二氏。

一進一退の攻防？ 予断を許さぬ状況に

ひとつは3月9日、SCEI、ナムコ、コナミ、カプコン、スクウェアが連名でゲームソフト販売会社ドゥーの中古ソフト販売差し止めを求めた裁判で、被告ドゥー側が原告の訴えを全面的に認める「認諾」をした一件である。判決を待たずに認諾したわけだから、東京地裁が司法判断を下したわけではない。つまり、一定の拘束力を持つ判例とはならないのだ。一部では「メーカー側の全面勝利」と報じたところもあったようだが、双方にとって肩透かしの結果に終わったと見るのが妥当であろう。

この裁判が白旗完全降伏を意味する「認諾」という結果に落ち着いたのは、ドゥーの親会社が神奈川県を中心にパソコンやAV機器の量販店を展開するノジマであることと無関係ではないといわれている。親会社がソニー本体と切っても切り離せない関係にあるのに、子会社がSCEIに弓を引くわけにはいかないということだろう。

もうひとつは、平成7年にコーエーが『三國志Ⅲ非公式ガイドブック』を出版した技術評論社を訴えた裁判において、3月18日に東京高裁の判決が下りた件だ。原告であるコーエーは同書籍に添付された武将データの入ったフロッピーディスクをプログラムの改変にあたるとして販売差し止めと損害賠償を要求していた。この訴訟は中古ソフトに関するものではないが、判決のなかでは「本件ゲームは映画の著作物に該当しない」といった旨の判断が下されている。

このふたつの訴訟は、奇しくもメーカー側と中古ソフト業界側それぞれに有利な（と受け取れる）決着を見たわけだが、（現時点では）中古ソフト問題を一気に片づけてしまえるほどの決定力があるものとはいえない。対ドゥー訴訟におけるメーカー側の勝利は「全面勝利」ではあるものの「勝訴」ではない。中古ソフト業界側が色めきだった『三國志Ⅲ』訴訟の判決にしても、特定のゲームソフトに関する判断に過ぎず、これをもって「中古ソフトは安泰」とはいかないのが実状だ（あくまでも原稿執筆時の話だが……）。

さらに、もうひとつ中古ソフトをめぐる大きな動きがあった。5月27日の判決を前にして、エニックスとコーエーが相次いで、条件付きながらも中古ソフト販売容認の決定を下したのである。

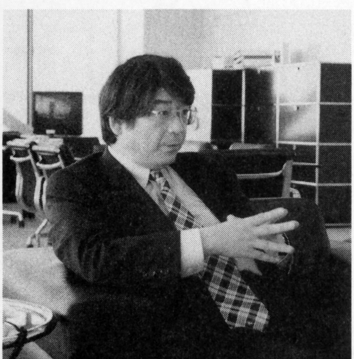
「頒布権があることを認めて下されば……」

エニックスが小売店に向けて出した条件は「中古ソフトの販売禁止期間は新作発売後9カ月、販売店はエニックスに対してソフト希望小売価格の7％を著作権許諾料の形で支払う」というもの。3月18日に発売された『ミスティックアーク』から対象となる。

一時期は「中古ソフト撲滅キャンペーン」を展開し、頭から「中古許すまじ」の姿勢を貫いていたメーカーサイドだが、ここに来て態度を軟化させたのか？

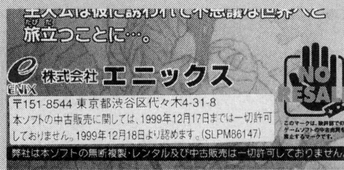
「皆さん勘違いされているんでしょうね。我々は中古ソフトは何が何でもダメといっているわけではないんです。ゲームソフトが映画の著作物であることを認め、頒布権があることを認めてもらったうえで条件を付ければ、中古流通も考えられると言い続けてきたんです。実際、小売店さんの方とは2年ほど前から話し合いを続けてきたのですが、あちらは1％なんて数字を出されるものだから、それじゃあ飲めませんとお答えした経緯はありますけど……」

そう語るのはエニックス社長の福嶋康博氏である。それでは同社



（株）エニックス代表取締役社長 福嶋康博氏。





エニックスではこの『ミスティックアーク』から条件付きで中古ソフト販売を容認。この後には4月15日に発売された『バスト ア ムーブ2』が続く。発売済みのゲームソフトに関しては詳細が決定するまで頒布権の公使を保留するとのこと。

が出した「9カ月」「7%」の数字の根拠はどこにあるのだろうか？

「まず9カ月という販売禁止期間についてですが、私たちが調べたところでは中古ソフトの総販売本数の約半数が、新作発売から9カ月の間に売れているというデータが出ているんです。つまり9カ月待っていただいても、半分は中古の売り上げがあるということなんですね。そこで小売店と当社双方の利益を考えた末に9カ月の販売見送り期間が妥当だと判断しました。当社としては新作の発売本数が増えるわけですが、これはそっくり小売店さんのメリットになるはずです。中古販売をしている会社では新作で利益を出さずに中古で商売しているところがあると聞いています。9ヶ月間の中古販売数は最初から中古販売を始めるより20～30%落ちるかも知れませんが、新作の販売が活性化することで利益を出せる態勢が整えられるのではないでしょうか。7%という数字に関しては……本当は10%いただきたかったのですが……少しは落とそうと考えて決めたものです。どちらかといえば期間が最重要課題であって、著作権料に関しては二次的なものだと考えていただきたいですね」

エニックスが持ちかけた中古ソフト販売の条件に異議を唱えた会社は「1件もない」と福嶋氏は断言する。

コーエーの「条件」はエニックスと同じ

同じく条件付きで中古売買を容認したコーエーだが、同社が5月29日発売予定のGBソフト『学級王ヤマザキ』から適用する中古ソフト販売容認の条件はエニックスと同じである。「9カ月」「7%」という具体的な数字も判を押したように一致している。

同社常務取締役管理本部長の堀口大典氏に、その根拠を訊ねると……これもエニックスと同じ。「中古ソフトの販売本数が半分に達するのが9カ月から15カ月のレンジ」という部分に若干の違いはあるが考え方は一緒。「エニックスとの直接的なやりとりはあったのか？」と問うと「それはありません」と即答された。

ちなみにエニックスもコーエーも、独自に販路を用意して小売店に直販するシステムを採用している。また、今回の契約のなかで「違反があった場合には契約解除する」という条項があるのも共通している。ついでにいえば「本当は10%欲しいところだけど7%にした」という部分も同じ。

「私どもとしてはゲームは映画の著作物であると確信していますし、エニックスさんと上昇さんの裁判についてもエニックスさんが勝たれると確信しています。負けたらどうしようとは今のところ考えてません」

そう語る堀口氏に「技術評論社との裁判で『三國志Ⅲ』が映画の著作物にあたらないという判決が出ましたね」と話を向けたところ「それは上告をいたしますからコメントは差し控えさせていただきます」とかわされてしまった。

「当社としては販売店さんとの共存共栄を考えているわけですし、新品の販売量が増えることは絶対にプラスになると思います。また、著作権料が開発投資に回されるとユーザーの皆さんのためになると確信しています」

そう堀口氏は締めくくった。

中古ソフト流通は本当に認められたのか？

エニックス、コーエー両社とも中古ソフト販売の条件付き容認は、ショップにとってもメリットがあるというが、実際のところはどうなのだろうか。またどちらも「ほとんどのショップが条件を飲んだ」と語っているが……。

実は両社とも、直販体制をとるにあたり、ショップとの契約のなかに中古ソフトを認めない旨の条項を盛り込んでいる。つまり、中古ソフト販売禁止を容認できないショップは、最初から直販契約を結ぶことはできないのだ。この背景を鑑みれば、エニックス、コーエーのソフトを店頭に並べる（つまり直販契約を結んだ）ショップの大半が条件を飲んだという言葉も納得できる。

この問題についてはゲームメーカーの著作権擁護に尽力している（社）コンピュータソフトウェア著作権協会（ACCS）にもコメントをいただいた。語ってくれたのは事業部課長葛山博志氏だ。

「中古ソフト販売容認の件と裁判とは直接には関係のないことだと理解していますが、基本的には権利を持っているメーカーがそれぞれ自由に行使していいものだと考えています。たしかに一部では販売禁止期間や料率の設定についての議論がありますが、これはまだ試行錯誤の段階ですからね。ただ、こうしたメーカーの販売戦略が定着していけば、いずれ条件面も整っていくでしょう」

中古ソフト容認……未だ残る数々の課題

いずれにしても、両社が「ほぼすべての小売店が承諾している」と公式にコメントしているこの状況を、読者はどう受け取っているのだろうか。もし「条件を飲んだ」という部分だけを抜き書きすれば「中古ソフト陣営が折れたのか」とも受け取られかねない。この点を「業界をあげて既成事実を作ろうとしているのではないか？」といぶかる関係者も一部にはいるようだ。

もっとも両社の中古ソフト容認に課題がないわけではない。期間、料率は決まったものの著作権料の徴収方法についてはほとんど具体的な方策が立てられていないのだ。容認したメーカーが自社ソフトの中古流通を完全に把握することが無理な状況では、ショップの自己申告に頼らざるを得ない。

仮にエニックスやコーエーの思惑どおり事が進んだ場合、契約したショップとそうでないショップとの間で、中古ソフトの売買価格に差が出てくるはずだ。少しでも高く売り、安く買おうとするユーザーは「希望小売価格の7％」を乗せられていない非契約ショップに走るのは火を見るよりも明らかである。そうなれば両社の掲げる「新品販売促進による売上アップで共存共栄」も絵に描いた餅に過ぎない。

弱肉強食の生存競争であってはならない

それでは中古ソフトショップの業界団体であるテレビゲームソフトウェア流通協会（ARTS）の見解を聞いてみよう。「あとは5月27日の判決を待つだけですから、以前と同じ主張を繰り返すだけですが……」というのは三輪浩司氏。

「エニックスやコーエーの条件付き中古ソフト販売を承諾したショップも含めて、心情的には大半のショップが私たちの側についてい

中古ソフト販売の余波か？ 販売店「ブルート」が自己破産

3月29日、ゲームソフト販売の大手「ブルート」が広島地方裁判所に自己破産を申請した。

昨今の中古ゲームソフト業界の変動に対し、中古ソフト中心の販売から、新品ソフトやパソコンなど総合的なコンピュータ関連商品の販売へ業務の変革を図っていたものの、リストラなど企業のスリム化や対応の遅れにより経営が悪化、今回の自己破産に至ったという。負債額は民間信用機関・東京商工リサーチ、帝国データバンクによれば約80億円。店舗数も、'98年には直営店、フランチャイズ店合わせて238店舗を構えていたが昨年末には130店近くにまで縮小していた。

中古ソフト販売をやめたことが自己破産の直接の原因とは考えにくいが要因の一つではあるとみられる。

ると思います。しかし、著作権について決着がついてもソニーの流通が変わらなければ根本的な問題解決は無理だと思うんですよ。今回の裁判の問題とソニーさんの流通政策問題についてはまったく別物ですから、なかなか顕在化してきませんが、これからの商売をどうするかという問題ですね。今現在、中古を扱っていないショップに聞いてみたのですが『中古ソフト問題が解決しても、やっぱりやらないだろう』っていってます。（新作ソフトだけでは）経営上持たなくなってきてることはブルートの倒産でよくわかってきたと思います（注：前項下段カコミ参照）。ACCSさんがおっしゃっているのは『とにかく著作権だけはきちんとしたい』ということでしょう。しかし、その根底にある流通問題をひっくるめて考えなければダメなんですよ。5月27日の判決では……まあ、どっちも負けるつもりではやってないので双方が強気になっているんですが、少なくとも『三國志Ⅲ』事件の司法判断は大きいと思いますよ。彼らはシミュレーションも含めてすべて映画と言い張ってきたわけですから、その一角が崩れてしまって焦っているのではないでしょうか」

　これに対するACCS側の見解は次のとおり。前出の葛山氏。

「『三國志Ⅲ』の件に関しても、もう少し詳細に検討する必要があるのではないでしょうか。そもそも私たちはゲームソフトすべてを映画そのものだといったことは一度もありません。我々が一貫していってきたのは『映画の著作物に該当するソフトがある』ということなんです。少なくとも、中古ソフトに関する訴訟で対象となっているソフトに関しては、今回の『三國志Ⅲ』が映画の著作物でないとされた要因になんら当てはまらず、まったく問題ないと考えています。ですから今後の裁判においても影響を与えるものではないでしょう。なにより現行法下では映画の著作物に当たるゲームソフトについては当然布権を有するものと思っています。実際に判決で勝つようなことがあれば、それに基づいて多くのメーカーは許諾をするでしょう。実のところ中古品が諸悪の根元だというようなことは毛頭考えていないんですよ。中古品を売って新品の原資にするという側面もあるでしょうし、ユーザーの財産処分権限を尊重することは重要と考えています。ただ私たちは権利を侵害されるような形態で中古販売を行うことは避けていただきたいと訴えているだけなんです。しかしその一方では、当然権利の濫用はしたくないと考えています。販売店の方もメーカーの権利をそのまま認めることに抵抗はあるようですが、協力関係を持っていくことはやぶさかでないとおっしゃっているようです。やはり、販売店とメーカーは両輪の関係であり、いずれかが潰れれば、両者とも倒れてしまうわけですから。あとはこれを足がかりにどういうルール作りがされていくかということですよね」

　裁判の上では対立関係にある両者だが、業界の将来について共通した認識を持っていることは間違いない。

速報！『ときメモ』訴訟、大阪高裁がコナミの主張を認める

　前々号でもお伝えした、『ときめきメモリアル』のメモリーカード控訴審においてコナミの主張を認める判決が出された、というニュースが校了直前に飛び込んできた。

　この訴訟は、コナミが『ときメモ』のデータ、ストーリーを無断で改変したメモリーカードを販売したスペックコンピュータに、著作権侵害及び著作者人格侵害（同一性保持権侵害）に当たるとして損害賠償・謝罪広告を求めたもの。

　大阪高裁はコナミの主張を全面的に認めたうえ、「データに保存された映像や音声をプログラムによって読みとり再生した上、プレイヤーの主体的な参加によって初めてゲームの進行が図られる点で、『映画の著作物』と『プログラムの著作物』とが単に併存しているにすぎないものではなく、両者が相関連して『ゲーム映像』とでもいうべき複合的な性格の著作物を形成している」という判断を下した。この先進的判決は他の著作権問題にも十分影響を及ぼすと考えられる。

一体、誰がトクをしているのか？

メーカー、ショップ両陣営からさまざまなご意見をいただいたわけだが、各人のコメントをじっくりとたどれば中古ソフト問題が主にふたつの側面を持っていることがわかるだろう。

ひとつはいうまでもなくクリエイターの純粋な権利の問題だ。読者がこれを読んでいる時点では、一応の決着がついているはずだが、ゲームソフトが映画の著作物もしくはそれに類するものかどうかにかかわらず、著作者は著作物に関する厳格な権利を有する。金銭上の損得抜きで考えれば、これは至極真っ当な考え方である。

もうひとつはその権利に伴う利益配分の問題である。結局のところ、ゲームが映画かどうかというのは二の次の問題で、メーカー側にしてみれば「中古ソフト流通による販売機会の喪失」が最大の課題なのだ。

メーカーは開発費の高騰に手を焼いている。一方、ショップは中古を扱っても「トントン」、新作ソフトに限っていえば「非常に苦しい状況だ」と吐露する。無論、ユーザーだって5800円という価格を決して安いと見なしていない。誰も嘘をついていないとすれば、誰が儲かっているんだ？



（株）上昇取締役商品部部長 加藤一郎氏。

「何度も繰り返してきましたが、結局、対立の構図は流通の問題なんです。見逃しちゃいけないのは、お客様にとって本当に5800円でいいのかっていうこと。ユーザーがそれでいいと言い出したらどんなに理屈こねても中古品は売れませんよ。実際に中古ソフトを扱わなければショップが成り立たない現状があるわけですから、お金の分配方法についてもう一度考え直す必要があるはずです。メーカーサイドは一貫して『中古は儲かっている』といっていますが、相場とか小売りのリスクなんて全然考慮していないんでしょうね。私たちがコストをかけずにやってるんだと思ってらっしゃるんでしょうが、まず相場を作らなきゃいけないでしょ。しかも、ゲームの場合は株と違って上がることはまずありませんから、周囲が考えているほど儲かっているわけじゃあないんです」

上昇の加藤氏はそう語る。

いずれにしても中古ソフト問題は、これで終結するわけではない。勝った負けたで一喜一憂している暇があるなら、作る側、売る側、そして買う側すべての利益に結びつく健全なルール作りを急がなくてはならないのだ。



PROFILE

田中裕（たなか・ゆう）

フリーライター。中古ソフト問題もいよいよ大詰め（ホントはまだかかるけど）。しかし、この状況ではどっちに転んでもユーザーの利益にならないような気もする……ゲーム大国なんていってられなくなったりして。

第2特集

アーケード氷河期

冬の時代を迎えたアーケードゲーム市場に未来はあるのか。

始めは軽い気持ちだった。

「ゲーセンへ行こう！」「アーケードでGO！」といったタイトルで、最新アーケードゲームやゲーセンを紹介する、明るく楽しい特集にしようと思ってスタートした。

だが……。

巷のゲーセンでは『ビートマニア』『ダンスダンスレボリューション』などの音楽ゲームが盛り上がっており一見すると華やかだが、中に入ってみるとビデオゲームコーナーに以前の活気はない。

また取材を進める内に、次々と表面化したアーケード市場を取り巻く悲観的なファクター。開発・ロケーションの両方から聞こえてくる、悲鳴にも似た嘆きと困惑の声。市場規模は縮小し、アミューズメント施設の減少には歯止めがかかりそうにない……。

新ハードの発表でますます熱視線を浴びるコンシューマ市場とは対照的に、実に「お寒い」アーケード市場の現状。アーケードは、いつの間にこのような事態に陥ってしまったのだろうか。

そこで今回は、アーケード市場の構造的問題点を中心に、アーケードの将来を憂う特集を組むことにした。

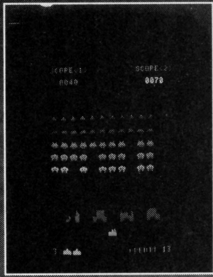
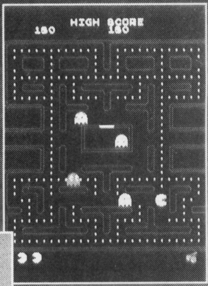
ネガティブと言うなかれ。これが今のアーケード市場の真の姿なのである。目を反らせてはいけない。

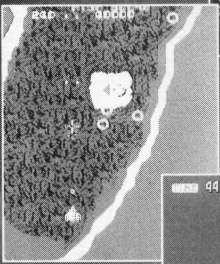
あたかも氷河期の如く厳しい状況に置かれたアーケード市場。その問題点と展望について探っていきたい。

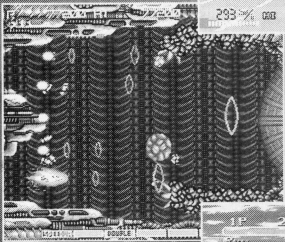
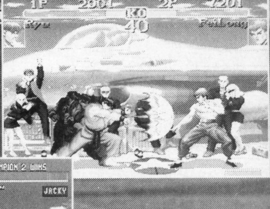
（編集部）

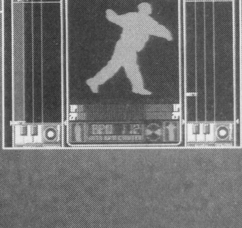
アーケードゲーム年表
〜主な出来事と各年の代表作〜

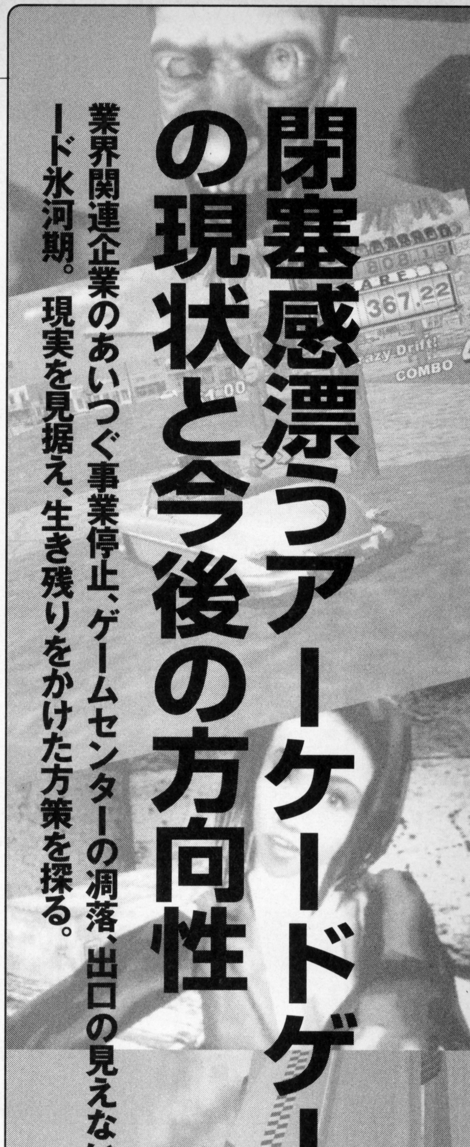
'78年	『スペースインベーダー』発売、空前のブームとなる。至る所にゲーム喫茶、インベーダーハウス乱立。
'79年	●ギャラクシアン（ナムコ）
'80年	●平安京エイリアン（電気音響株式会社） ●パックマン（ナムコ）
'81年	日本アミューズメントマシン工業協会（ＪＡＭＭＡ）発足。 ●スクランブル（コナミ） ●ドンキーコング（任天堂）
'82年	タイトー、インベーダーコピー裁判に勝訴。 ●ディグダグ（ナムコ） ●ミスターＤＯ！（ユニバーサル）
'83年	●ゼビウス（ナムコ） ●ハイパーオリンピック（コナミ） ●マリオブラザーズ（任天堂）
'84年	●スパルタンＸ（アイレム） ●アッポー（セガ）
'85年	風営適正化法施行とファミコンブームの二重苦。 ●ハングオン（セガ） ●グラディウス（コナミ） ●魔界村（カプコン）
'86年	●アルカノイド（タイトー） ●アウトラン（セガ） ●アルゴスの戦士（テクモ）
'87年	●ダライアス（タイトー） ●Ｒ—ＴＹＰＥ（アイレム）
'88年	●グラディウスⅡ（コナミ） ●ファイナルラップ（ナムコ） ●タツジン（タイトー）
'89年	『テトリス』発売。空前の大ヒット。 ●テトリス（セガ） ●ファイナルファイト（カプコン） ●ワルキューレの伝説（ナムコ）
'90年	クレーンゲームブーム到来。 ●コラムス（セガ） ●雷電（セイブ開発） ●パロディウスだ！（データイースト）
'91年	『ストリートファイターⅡ』発売。対戦格闘ゲームブーム始まる。 ●ストリートファイターⅡ（カプコン） ●スターブレード（ナムコ） ●メタルブラック（タイトー）
'92年	●餓狼伝説２（ＳＮＫ） ●ソニックウィングス（ビデオシステム）
'93年	カプコン、『ストⅡ』の著作権侵害としてデータイーストを提訴。 ●サムライスピリッツ（ＳＮＫ） ●バーチャファイター（セガ） ●リッジレーサー（ナムコ）
'94年	『バーチャファイター２』発売、ブームに。ポリゴンゲーム人気。 ●ヴァンパイア（カプコン） ●ザ・キング・オブ・ファイターズ'94（ＳＮＫ） ●バーチャファイター２（セガ）
'95年	●ヴァンパイアハンター（カプコン） ●セガラリー・チャンピオンシップ（セガ）
'96年	「プリント倶楽部（プリクラ）」が女子高生を中心に大ブレイク。 ●電脳戦機バーチャロン（セガ） ●バーチャファイター３（セガ） ●バトルガレッガ（エイティング／ライジング）
'97年	●電車でＧＯ！（タイトー） ●鉄拳３（ナムコ） ●怒首領蜂（アトラス）
'98年	コナミ『ビートマニア』で音楽ゲームブーム到来。 ●ビートマニア（コナミ） ●ダンスダンスレボリューション（コナミ）
'99年	●ギターフリークス（コナミ）





閉塞感漂うアーケードゲーム業界の現状と今後の方向性

業界関連企業のあいつぐ事業停止、ゲームセンターの凋落、出口の見えない現状はまさにアーケード氷河期。現実を見据え、生き残りをかけた方策を探る。

アーケードゲーム業界の切迫した状況

現在、アーケードゲーム業界は不況に喘いでいる。

一見すると、そうは見えないかもしれない。対戦格闘の白熱ぶりやプリクラのブームはまだ記憶に新しく、今、ゲームセンターを覗けば音楽ゲームが最高の盛り上がりを見せているのだから。このような様子を目にしただけでは、「アーケードゲーム業界が不況」と言われても明確に認識するのは難しいだろう。

だが、一般のプレイヤーやお客からは見えないところ、売上げや資金繰りといったお金に関する部分では、ここ数年切迫した状況が続いているのだ。特に'98年から'99年にかけては、それが表面化しており、不渡り・自己破産といった形で業界内企業のいくつかが事業を停止している。

ソフトメーカーであるコンパイルの和議申請についてはゲーム雑誌や一般マスコミなどで報道されたので知っている人も多いであろうが、他にも、ゲーム機器を製作・発売していた機械メーカーや販売を担当するディストリビューター、そしてゲームセンターを運営するオペレーターなど、業界を支える様々な企業がたちゆかなくなっている。例えば、'98年4月にエクスチェンジャー、『リーフ倶楽部』のフェイスが倒産、同11月にはレジャー機器の卸売り・リースと共にプライズ機を手がけていたタスコが和議申請、続く'99年にも中古ゲーム機器のオークションなどを行っていたケイアンドユウが1月に事務所を閉鎖、そして、5月には全身撮影タイプのシールが作成できる『ストリートスナップ』を発売して好評を博していたトーワジャパンが自己破産、またゲームソフト制作やゲームセンターを経営していたビスコが和議開始を申請した。

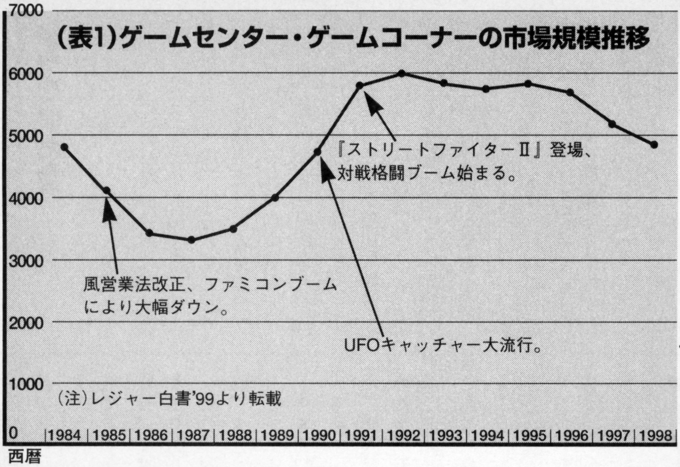
オペレーションの市場規模は最盛期より1100億円縮小

では、そのアーケードゲーム業界の実状を表す数値と共に、業界の時間的な流れを追っていこう。

ただし、その前にひとつ、業界内における金銭の動き方を簡単に述べておきたい。まず、エンドユーザーであるお客がスタート地点。お客がゲームセンターでお金を使うことで、そのお金はゲームセンターを運営するオペレーターの売上げとなる。オペレーターはその

読者の主張
あなたがハマったアーケードゲームは？

『ビシバシチャンプ』……コンシューマに移植してまでやるものではないが、良い!!　アホなミニゲームの詰め込みゲームだけど、とにかく良い。（佐賀県　森下隆）



お金を新しいゲームの購入費や店舗・会社の維持費にあてる。オペレーターがゲームを買えばお金はメーカーに入り、それは開発費や会社の維持費となるわけだ。かなり大雑把で申し訳ないが、この流れを頭に置いてもらった上で、話を進めたい。

表1は、'84年以降のゲームセンター・ゲームコーナーの市場規模の推移を示したもので（レジャー白書'99より）、先ほど述べたオペレーター売上げは、ほぼこれにあたる。これを見ると、同業界のピークは'92年で市場規模6000億円を誇っていた。この年は『ストリートファイターⅡダッシュ』による対戦格闘ブームの走りであり、それ以前から人気を博していたぬいぐるみ景品によるプライズ機が波にのっていた時期でもあった。アーケード市場は、'91年のバブル崩壊から始まった平成不況を尻目にそのまま高成長を続けるかと思われた。が、希望を多分に含んでいたその観測は即座に打ち砕かれた。対戦格闘ゲームは好調だったものの、結局は経済不況による消費低迷の影響から免れることはかなわず進撃はその年でストップ。加えて、ゲームセンターの主客である若年層の小遣いと時間が携帯電話に流れ、プレイヤー嗜好の細分化（後述）が徐々に顕著化するなどのマイナス要素により、その後の市場規模は、横這いと縮小を重ねることとなる。

特に'97年の落ち込みが大きく、前年比で10・9％という大幅なマイナス成長である。これには様々な原因が考えられるが、製品という面から見ればプリクラブーム沈静化の影響が大きい。'95年に登場し、世間一般をも巻き込んで席巻したプリクラタイプのAM自販機だが、'97年にはブームから安定へと移行していた。そのため前年と同レベルの売上げを維持するのが難しかったのだ。

'97年から'98年にかけても市場規模は縮小しているが、現場では、『電車でGO!』や『バーチャストライカー』といったゲームが人気を博し、ハローキティやドラえもん等のキャラクター景品がOL層を中心にブレイク。前年比4.5％減というラインで押し止めたが、辛うじて、といった感は否めない。

そして昨年。『ビートマニア』をはじめとする音楽ゲームがヒットして多くの人々をゲームセンターに引きつけていた。だが、ひとつのジャンルだけが気を吐いても、冷え切った市場全体を底上げさせられるまでには至らなかったようだ。

'98年の市場規模は4900億円。最盛期より1100億円も後退している。言い換えれば、後退した額だけオペレーターへの収入が減少しているわけだ。



昭和53年頃の喫茶ロケ。アーケードがフロンティアスピリッツに溢れていた時代だ。

読者の主張
あなたがハマったアーケードゲームは？

『テクノドライブ』……サウンドとグラフィックがトンガっててよい。運転技術を養成するとか言っておきながら、実際には全然役に立たなそうな「運転技術革命指導書」が笑える。（埼玉県　山岸啓之）

動かないお金

オペレーターへの収入が減少することは、ゲームを購入する資金が乏しくなることに直結する。仕入れられるゲームが限られてしまうわけだ。昔は発売される全てのゲームを購入するという豪気なオペレーターもいたが、現状を考えればそれは不可能だろう。各オペレーターは充分にゲームの比較検討・選別を行い、自店舗に合うもの、売上げの見込めるものだけを購入している。俗に言う買い控えである。

当然、こうなるとゲームメーカーにも易々とお金は入らない。確実に売上げが稼げる製品でなければオペレーターは難色を示すのだから販売も容易ではない。

表2は、主なゲームメーカー6社の平成10年3月期決算報告（'97年4月1日～'98年3月31日）の経営成績をまとめたもの。表3は同時期の決算報告より、アーケード用機器・部門の売上高のみを抽出してまとめたものだ。6社の中でアーケード用機器・部門の売上高が前期比増となったのは半分の3社、残り3社は前期比減である。主要メーカー6社の内、半数の会社でアーケード機器の売上高が縮小してしまっているという状況はやはり芳しくない。

ただ、対比増を果たした3社の内、大きく数字を伸ばしたコナミとタイトーは、それぞれに『ビートマニア』と『電車でGO!』というヒット製品が原動力であった。両製品は、オペレーターの求める声に製品数が追いつかず、しばしば品切れ状態もあったほど。これは、良い製品であれば、オペレーターには率先して購入する資金と意識がまだあるということで、メーカーがいかにそれに応えられるかが今後のポイントとなってくるだろう。

アーケードにおける諸問題

以上のようにマーケットが縮小し、アーケード業界内の企業すべてが連鎖反応で苦しくなっているのが現況である。

では、その原因はどこにあるのだろうか。

正直なところを言ってしまえば、パッと思い当たる要因だけでも様々なものがあり、逆に、「これが最大の問題である」とは指摘しづらい。

また、これについては業界内のあらゆるところで多様な議論が交えられているが、オペレーター、メーカー、ディストリビューターと、立場が異なれば、ひとつの事象に対する捉え方や考え方も異なっているので、まとめるのも難しい。

そこで今回は、要因として取り上げられる中でも比較的、業界関係者の口にのぼっているものをいくつか上げていこう。

業界外の要因としては、余暇活動・娯楽の多様化が上げられる。アウトドアやガーデニングなど、人それぞれに楽しみ方が多様になったため、それに伴ってゲームセンターのアミューズメントの場としての価値が希薄になっているのだ。

携帯電話も大きなライバルである。これについては先ほど触れているのでここでは省く。

そして、家庭用ゲーム機。登場当初より最も近いライバルと目されてきた存在である。これについても、今さら述べる必要はないだろう。しかも、今回発表された次世代プレイステーションの驚異的なスペックは業務用基板を遥かに超越しているものだった。これで、さらにユーザーを奪われるのではないかという不安を持った関係者は多い。

また、そのユーザーが自分の好みのゲームしか遊ばなくて困る、という話もよく耳にする。客の好みに応じてゲームの種類を揃えていくのがゲームセンター運営の妙というものだが、今の客はそれぞれ決まったゲームでしか遊ばず、結局は初期投資（基板購入費）に見合うだけのインカムを稼げないとのこと。1枚の基板に10人の客がつく場合と、10枚の基板それぞれに1人ずつの客がつく場合、同じ10人でも初期投資を考えれば前者の場合が理想であるのは言うまでもない。が、そう上手くはいかず、逆ベクトルの嗜好の細分化に拍車がかかっているようだ。

読者の主張
あなたがハマったアーケードゲームは？

『ストリートファイターZERO 3』……格闘ゲームって批判も多いけど、進歩し続けているのは間違いない訳で、最近のは本当に長く深く楽しめる。中でもこれはあと一年はいけそう。（和歌山県　ちご）

では、次に業界内の問題として述べられている点に話を移そう。

よく問題視されるのが人気製品に頼り切った運営である。ゲームセンターはゲーム機なしには成り立たない業務であり、ゲームそのものの出来不出来、あるいはヒットするか否かがそのまま売上げに響いてくる。そのためか、「メーカーがいいゲームを出してくれれば儲かる」という他人まかせな考え方を持っているゲームセンターも少なくない。そのような運営では人気製品がない時は手痛い目にあうのは明らかである。だが、インベーダーや対戦格闘など、「置いておけば儲かる」という、甘い蜜を吸ってきたのが当たり前の人に、ここへきての意識の変革は難しいようだ（※）。

（※）もちろん、そういった人達ばかりではなく、サービス業としての自覚や、自分の仕事に誇りを持って業務にあたっている人々も大勢いるし、業界団体の（社）全日本アミューズメント施設営業者協会連合会（ＡＯＵ）では店舗管

(表２)平成10年３月期（平成9年3月31日～平成10年3月31日）における各社経営成績一覧

	売上高(単位：百万円)	売上高対前期増減率(単位：%)	当期利益(単位：百万円)	期利益対前期増減率(単位：%)
(株)セガ・エンタープライゼス	271,474	△24.6	△43300	―
(株)ナムコ	107,898	6.8	4,658	△21.2
(株)タイトー	70,007	0.7	2,201	323.9
(株)ジャレコ	7,098	△20.5	△1947	―
(株)カプコン	46,890	34.2	△13,427	―
コナミ(株)	71,984	30.3	5,002	△16.7

(表３)主要ゲームメーカー６社の平成10年３月期決算報告（'97年４月１日～'98年３月31日）におけるアーケード用機器・部門売上高一覧

		金額（単位：百万円）	構成比（単位：%）	増減率（単位：%）
(株)セガ・エンタープライゼス〔業務用機器 製品/商品売上高〕		101,890	37.5	3.7
(株)ナムコ〔業務用 製品/商品売上高〕		20,482	19	△24.7
(株)タイトー〔業務用ｱﾐｭｰｽﾞﾒﾝﾄ機器 製品/商品売上高〕		10,017	14.3	33.3
(株)ジャレコ〔業務用ｹﾞｰﾑ機器及びソフト〕		3,916	55.2	△19.3
(株)カプコン〔業務用機器 製品〕		10,490	22.4	△1.8
コナミ(株)	〔ＡＭ事業〕	10,868	15.1	15.7
	〔ＧＭ事業〕	11,574	16.1	36

(注)(表２)(表３)コインジャーナル'98年７月号より転載　　　　△はマイナス成長を表す

(表４)ゲームセンター店舗数の推移

	1985年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年
ゲームセンター店舗総数(指数)	25,217(100)	19,406(74)	18,893(72)	18,125(69)	16,790(64)	15,748(60)
専業店店舗数（指数）	7,101(100)	7,704(105)	7,869(111)	7,878(111)	7.729(109)	7,509(106)
構成比（単位：%）	27.1	39.7	41.7	43.5	46	47.7
兼業店店舗数（指数）	19,116(100)	11,702(61)	11,024(58)	10,247(54)	9,061(47)	8,238(43)
構成比（単位：%）	72.9	60.3	58.3	66.5	54	52.3

(表５)ゲームセンター店舗内の機械台数の推移

	1985年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年
機械(総数)	380,625	471,173	485,939	498,624	501,080	500,941
指数	100	124	128	131	132	132
１店舗あたりの設置台数	14.5	24.3	25.7	27.5	29.8	31.8

(注)(表３)(表４)警察庁生活安全局生活環境課広報資料

「平成10年における風俗営業等の現状と風俗関係事犯の取締り状況」より転載

指数は1985年を100とした時のもの

※兼業店のゲームセンターの減少が進み大型アミューズメント施設の割合が高まっている。

読者の主張
あなたがハマったアーケードゲームは？

『ギガウイング』……シロウトでもプレイできる難易度とインフレ気味の得点が良い塩梅。
（神奈川県　川瀬哲）

理者研修会などを実施して意識改革に努めている。

問題を捉えて明日への糧とする

さて、悲観的な話題ばかりを続けてきたが、だからといってアーケード業界がこのままダメになるというわけではない。

ここまで述べてきたことが現状ではあるのだが、この先も同様である必要はまったくないのだ。実状をしっかりと把握した上で対応策を立て、業況を改善するよう動き出すことが重要であり、事実、業界の一部はそういった方向で動き出している。

メーカーサイドでは、セガのNAOMI基板がそれに当たる。同基板はドリームキャストと連動させることができ、両者を携帯端末を用いてつなげる事で、まったく新しい展開が可能となった。

さらに、前述した次世代プレイステーションについても業務用との互換基板の可能性があると耳にした。プレイステーションの際もナムコのシステム11などが互換機能を持っていたことを考えればありうる話である。家庭用ゲーム機の性能向上をネガティブにとらえず、連動など積極的な制作が行われるならば同業界にとって福音となるだろう。

また、オペレーターサイドでは一部有志により、日本ゲームセンター協会という団体が発足した。これは、多くのプレイヤーにゲームの楽しみを分かってもらおうという趣旨のもと集まった団体。全国的なスコアランキングやゲーム大会などを主催して、ゲームを盛り上げ、ゲームセンターとプレイヤーのコミニュケーションを図っていく。

このように、アーケード業界は動き出した。まだ、小さな歩みではあるが、足を進めたのは確かである。

そして、今回の特集では、この一歩に続く新たな動きが見えることに期待したい。

PROFILE

大島武（おおしま・たけし）

アミューズメント業界誌月刊コインジャーナル編集記者。業界誌記者というとお堅そうだが、根はただのゲーマー。最近は『オラタンVer.5.4』を好む。ストライカーで斬りかかることに無上の喜びを見いだしている。

株式会社セガ・エンタープライゼス　従業員1000人削減のリストラ

この原稿を書いていた時、セガが大規模なリストラを実施するというニュースが飛び込んできた。その内容は、平成11年3月期の業績予想および業績連結予想の修正報告であり、その事態を受けての対応策としてリストラが行われるとのことだった。

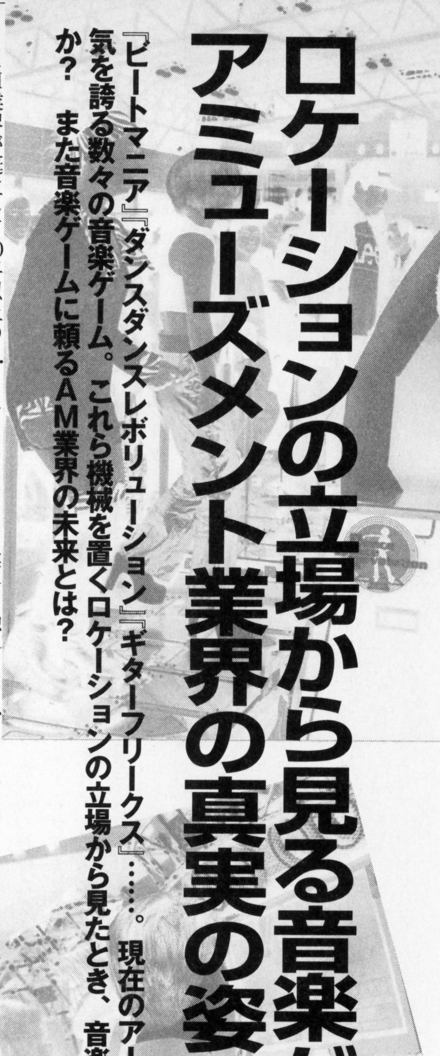
業績修正理由は市場の冷え込み、消費不振によるオペレーターの買い控え、さらに海外不採算事業の整理、ドリームキャスト生産工程の立ち後れによる営業損失などが挙げられていた。

リストラは固定費の約30％に相当する210億円の削減を目標に実施される。経営陣の報酬カット、希望退職者を含む1000人の人員削減。

また、施設事業に関しては採算性の悪いアーケードを中心に101店舗を閉鎖する。それと合わせてフランチャイズ制やレンタルビデオ店などの異業種との複合展開を図っていく。

一方、アーケードと家庭用の開発部門を集中・一元化することでAMとCSのシナジー強化を図り自社コンテンツの競争力を高める意向。

ゲームの制作・発売と共に全国展開でアーケードも運営する同社。名実共に業界の最大手であり、同社が傾くようなことになればゲーム業界そのものにも大きな影響を及ぼす。そういった事態に陥らないためにも、リストラという早急な外科手術は必要であろう。1000人の人員削減、101店舗の閉鎖と言うとかなり強烈で火急な印象を受ける。その分、充分な効果を表せるだけの実のあるものであってほしい。



ロケーションの立場から見る音楽ゲームとアミューズメント業界の真実の姿

『ビートマニア』『ダンスダンスレボリューション』『ギターフリークス』……。現在のアーケードにおいて安定した人気を誇る数々の音楽ゲーム。これら機械を置くロケーションの立場から見たとき、音楽ゲームはどのように映るのか？ また音楽ゲームに頼るAM業界の未来とは？

AM業界が誕生して20年以上の月日がたつ。他の業界と比べ、まだ歴史は短いものの、ゲームの進化とともに急激に成長し巨大なものになった。しかし、最近の業績は停滞縮小の方向に向かっている。そんな状況でありながらも音楽ゲーム(以下、音ゲー)は高い人気で急速にシェアを広げている。

この項ではAM業界の中でも普段語られることの少ないロケーションを、音ゲーの切り口から論じてみたい。

AM業界の発展とロケーション

これを読まれている方々はプレイヤーとしてAM業界に触れている人が大半と思われるが、AM業界には一次顧客と二次顧客が存在する。プレイヤーは二次顧客であり、一次顧客はメーカーから機械を購入するロケーション、いわゆるゲームセンターである。

ここでAM業界の活性化を考えると送り手であるメーカーは、どこに焦点をあてるべきか。メーカーがいくら一次顧客であるロケーションに機械を販売しても、誰も遊ばなければロケーションはつぶれることは語らずもがなであろう。つまり、プレイヤーである二次顧客の満足度が向上しなければ、AM業界の活性化はあり得ないのである。そのためにはロケーションの質の向上が必要不可欠なのだが、このロケーションの質を語る上で挙げられる3つのインフラ要素がある。

まず機械（ゲーム）。勿論ロケーションはメーカーから機械を購入する必要がある。いい機械というものは制作するメーカーの努力が必要であるが、顧客が満足する機械を取りそろえるのにはロケーションの努力が必要となる。

次に人材。AM業界はサービス業であり、スタッフの接客態度などはロケーションの雰囲気に影響してくる重要な要素である。昨今は向上しつつあるが、他業界と比べると出遅れている要素である。

最後にカネ、資金。闇雲に使うのでは利益を圧迫するだけであるが、イベントで雰囲気の向上を図ったり、客層に合わせた店作りを行うなど、ロケーションの魅力を向上するために必要となる。

非常に簡潔に書いたが、機械を設置しているだけで稼ぐことのできた時代は、すでに昔話となっていることを認識していただきたい。

救世主たる音ゲー

ロケーションがプレイヤーを満足させるための3要素はどれも重

要でバランスが大切である。中でもロケーションに必ずある機械はプレイヤーが楽しむためのものであり、これなくしてはAM業界はありえない。AM業界におけるこれまでの飛躍的な発展は、技術革新も当然あるものの、時代ごとのヒット作の存在は大きい。

近年では『プリントクラブ』などのメイキングシリーズがヒットとなり、新規ユーザーとして女子高生を取り込むことに成功した。しかし、その後のヒット作が望めず機械の陳腐化が目立ち始めた昨今のロケーションに突如出現したゲームがある。コナミの『ビートマニア』である。

『ビートマニア』はテンションダウンしていたロケーションを活性化するには十分なゲームであった。瞬く間に続編が発売され、『ダンスダンスレボリューション』などに枝分かれし、コナミは「BEMANI」なるブランドを確立するに至っている。先に書いたAM業界が不況であることは事実であるが、音ゲーは現在も高い人気を保っている。では、なぜ音ゲーが流行っているのか？　音ゲーのロケーションに対する役割とは何なのかを次に述べていく。



ロケーションから見た音ゲーとは

音ゲーをロケーションの立場から見た場合次のような特徴がある。

■新規ユーザーの獲得を含めたユーザー層の広さ

例えば対戦格闘ならば、それだけを好むマニア層が存在し、ドライブゲームならば、『セガラリー2』（セガ）などはコアユーザーをターゲットの中心に、『スリルドライブ』（コナミ）はライトユーザーをターゲットに定めている。このように、ゲームにはターゲット層がある程度決まっており、ゲーム性もターゲット層にあった味付けがされている。しかし音ゲーはAM業界がメインターゲットとしているユーザー層を最大公約数的に取り込んでいるゲームであるといえる。

ユーザー層の分類には様々な区分があるが、音ゲーはいわゆるコアユーザーからライトユーザーまで非常に幅広く獲得している。音ゲーが持つ様々なゲーム性が、ユーザーのゲームに対する認識度や経験の深さに関係なく、様々な層に受け入れられているためである。

■アイキャッチ効果からくる集客力の高さ

音ゲーの筐体は目立ち、音ゲーならではのボリュームで存在感をアピールする。それはそのまま集客力になり、ロケーションに人を集め、ライトユーザーのシャワー効果(※)の売り上げを期待できる。

■インカム＆回転率の高さ

音ゲーは基本料金が200円である。地域によって価格差があるだろうが、問題は「200円でもプレイする価値がある」と認識されていることである。他の体感は「100円になってから」と考えられやすいが、音ゲーはそれが少ないといえるだろう。結果高水準なインカムを保つことになるが、音ゲーが新ジャンルというだけで、200円設定が認識されているとは考えにくく、やはりプレイヤーの満足度が非常に高いことが挙げられるだろう。それでいてプレイ時間がエンディングを迎えて



※　シャワー効果：目的のゲーム以外のゲームでお金を使ってもらい、結果売り上げが増える効果のこと。

も10分弱しかない。インカムを考慮すると短時間でゲームが終了することに越したことはないが、満足度を落とさず、プレイヤーにプレイ時間を短いと感じさせない点で音ゲーは優れている。また、ダブルプレイなど1人で2人分の料金設定も要因といえるだろう。

以上のような特徴を持つ音ゲーはヒット作と呼ぶに相応しい魅力を持っており、3要素の1つ「機械」として音ゲーは現在のロケーションに大きな役割を果たしている。

しかし昨今では、ゲームそのものの寿命が短くなっており、対戦ゲームなどは1ヶ月でインカムが低下するものがほとんどである。これは音ゲーも例外ではないのではと筆者は考える。最近の音ゲーは新曲追加によるバージョンアップが行われているが、これではユーザーの消費率が早くサイクルの間隔が短くなる一方だろう。また、新ジャンル開拓では、すでにDJ、ダンス、ギター、ドラムの4種類が発表済みであり、素材の乱伐によるネタ切れも十分あり得る。

AM業界の問題点とは

さらに問題なのは、これは音ゲーに限った事ではないのだが、これまでのAM業界の慣習的な体質として、音ゲー規模のヒット作が出た場合、カンフル剤としての効用が強力すぎて、ヒット作を出したメーカーの影響力が非常に高まる傾向があるということだ。

■メーカーのロケーションへの強気の販売

通常、機械の代金はロケーションに機械到着後支払うのが基本なのだが、ヒット作の場合、入金を確認後にのみ機械を届けるといったことが現実に行われている。この他にも、ロケーション内の他社筐体を自社筐体に取り替えないと機械を販売しない、ヒット作の直販等、売り手市場と言うには少々限度を超えている販売がまかり通っているのである。また、目的の機械以外にも機械を購入しないと買えない抱き合わせ販売も、古くから行われている。

■メーカーロケーションへの先行設置

メーカーが運営しているメーカーロケーションでは、新作機械を一般発売日の前にロケテストと称した先行設置を行う営業体制が一般化しつつある。また、一般ロケーションへの出荷を押さえて、自社ロケーションへの出荷を増やし、台数的にも他社ロケーションにアドバンテージをとるといったことも行われている。

二次顧客のプレイヤーは、これら先行設置されている、台数のアドバンテージのあるメーカーロケーションに集中することになり、インカムは努力なくして跳ね上がることになる。これに対して、他社メーカーは自らの製品の故障の際に交換部品を潤滑に送付しない等といった手で反撃にでている。機械が止まると言うことはロケーションにとっては致命傷であり、ここまでくれば、もはや小学生の喧嘩とかわらない。

これらの行動は、年々増大する開発費や制作者の絶え間ない努力、加えてヒット作が生まれる確率を鑑みれば、メーカーにとって当然の権利と主張したくなる背景も理解できないわけではない。が、これからのAM業界を考えるのであれば、目先の利益にのみ走るようなメーカー、ロケーションの運営は危険性が高い。結果、良作のゲームの寿命を縮める結果にもなるからである。

音ゲーは低迷するAM業界の現状ではドル箱というべき貴重な存在だ。しかし、いい素材も使い方次第であるのは言うまでもない。機械を置いているだけで稼ぐことの出来た『インベーダー』の時代からはや20数年、ロケーションは営業努力を、メーカーはユーザーの期待を裏切ることのない機械を、AM業界は健全な成長が求められているのではないだろうか。

PROFILE

小西明義（こにし・あきよし）

1974年生まれ。社会人になって気が付いたらロケーションの店長になっててあらびっくりなやさぐれ男。『究極のオセロ』の博士に勝てずに日々100円を投入する毎日を過ごしている。業界に関してはマジ。

アーケードメーカーはこの氷河期をどう乗り越えようとしているのか？

PART1

（株）カプコン 常務取締役
開発本部副本部長 船水紀孝氏

どん底の現状の中でカプコンができること

不況の続くAM業界の中でビデオゲームを作り続けるソフトメーカー、カプコン。彼らは現状をどう分析し、どういった打開策を考えているのか？ 常務取締役開発本部副本部長 船水紀孝氏に聞く。



悪循環におちいったアーケード

——まず、アーケードの現状についてお聞かせください。かなり厳しいのではないかと思うのですが。

船水氏（以下、船）：現状はもう、どん底のどん底ですよ。メーカーが売れないゲームを作っているというのが一番責任が重いとは思いますが、最近のオペレーターの皆さんの傾向として、ビデオゲームはもういらない、必要ないというのがありますね。どこのゲームセンターも大型筐体に走ってしまって、これでインカムが入ればいいですか、実際のところ人気のない大型筐体が経営を圧迫しているという感があります。ビデオゲームは人件費や場所代、電気代等そういった経費を考えると、大体ゲームの購入価格の7倍くらいは稼がないと儲かったことにならないという風にウチでは試算しているんです。ウチのビデオゲームなんかはわりと7倍いくんですが、じゃあ200万以上出して買った大型筐体が7倍いくかといえば、よくよく調べてみると購入価格分を稼いでいればいい方なんですよね。それだけで儲かったというのは、違うんじゃないかなと思っているんですけれども。設置の仕方一つとっても、例えばビデオゲームなら必要な場所は筐体と椅子くらいですが、大型筐体はビデオゲームの2台分の場所は取りますよね。『DDR』といった人気ゲームは後ろに人がずらっと並びますし。そういった場所代まで考えないといけないはずなんですが、果たしてどれだけのゲームセンターがそういった計算をちゃんとやっているのかな、と考えると不安ですよ。確かに大型筐体も、一般層の取り込みなど、アーケードの活性化には一役買っているとは思うんですけど、そういうのばかりじゃちょっとなあっていうのはあります。昔からのマニアを大事にしないゲームセンターも増えましたし。

——一般客を取り込めるゲームが必要だ、という声は最近のAM業界ではよく聞く話ですよね。

船：でも、その割には、一般向けのゲームを制作しても、オペレー

読者の主張
あなたがハマったアーケードゲームは？

『スペースハリアー』……このすごいショックは、そのあと受けていない。ヴィーン、グーッ、ガコも良かった。（三重県　池田浩之）

ターはインカムが見込めそうにないという理由で渋ることも多いんですよ。そうするとメーカーも、例えばインカムの高い対戦格闘は買ってくれるから開発するけれど、他のジャンルのゲームを開発するのはやめようとかなって、ますますジャンルが偏ってしまうおそれがあるんです。結果、ゲームセンターに来るお客さんにしてみれば同じジャンルのゲームばかりだなって思えてしまう。これは、ものすごい悪循環ですよ。

アーケード、コンシューマ それぞれの方策

――では実際にはどういう風に打破していくべきなんでしょうか？

船：ウチはソフトメーカーですが、最近はアーケード施設の経営も始めましたので、入場料制などの新しい運営方法の試みを考えたりしています。例えば、プレイ料金ですが、そもそも20年前から1プレイ100円のものを、いきなり200円にするのはユーザーにとって苦しいですよね。その辺をジュースみたいに110円、120円と少しずつ変えることはできないかなと。古いゲームは逆に安くしたり。そういった1プレイ料金の多様化は必要だと思いますね。もちろん「お金をくずすのが面倒くさい」という意見はあるでしょうから、トークン制（注）等といった試みが必要かなと思います。

――最近のカプコンさんといえば『カプコンVS.SNK』がビッグニュースでしたね。

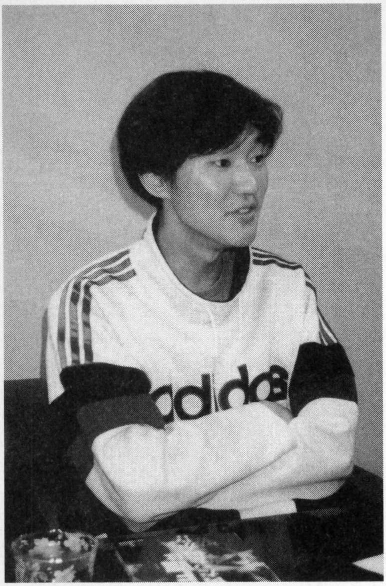
船：年末か年明け位にSNKさんから「ネオジオポケットをやりませんか」という話があったんですよ。最初『ロックマン』をやろうということになり、それは全然OKですよと話していて。そうしたら『カプコンVS.SNK』はできないかという話になりまして。是非やりましょうと（笑）。

――『ギガウイング』も面白い試みですね。

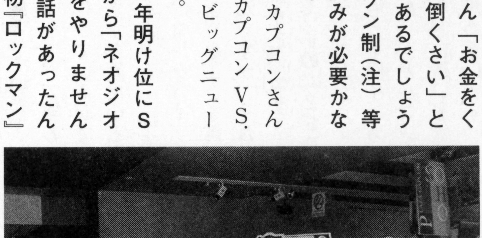
船：もう、あれは本当に一緒に作ったっていう様な感じで。向こうの「ああ、こういう風に組んでるんだ」とか「これで良く処理落ちしないな」とか、いろいろノウハウや凄いテクニックを見せてもらいましたし。タクミさんとはもう1回仕事するんで、次にはもっといいゲームができるんじゃないかなと思います。

――メーカーの垣根を取り払うこれらの企画の意図は、どういったところにあるのでしょうか。

船：この辺ですごく大きな何かをやらないと、アーケードがヤバイなと2年くらい前からずっと考えていたんです。実際、ビデオゲームで遊びたいユーザーさんというのはたくさ



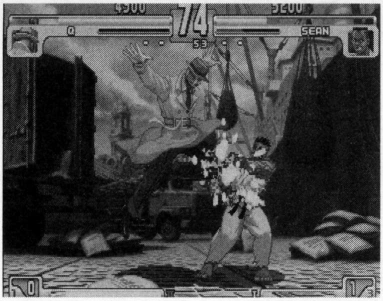
プロフィール
船水紀孝（ふなみず・のりたか）
（株）カプコン 常務取締役 開発本部副本部長 1965年生まれ。カプコンのゲーム制作全般の統括責任者。



4月24日にOPENしたプラザカプコン吉祥寺店。新作『STREET FIGHTERⅢ 3rd STRIKE』が並ぶ。

注：トークン制
欧米のゲームセンターで行われている方式。メダルと同じ。お金で何枚かのトークン（メダル）を購入する。5＄替えると多めに換えて貰えることもある。ゲームによって必要となるトークンの数が違う。

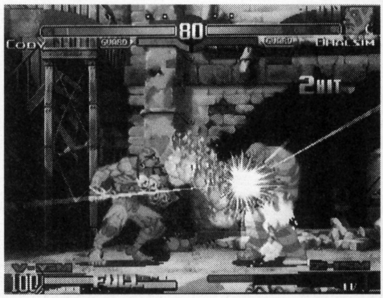
んいると思うんです。でも、現在、ビデオゲームを置かないゲームセンター、大型アミューズメント施設というのは増える一方ですよね。ビデオゲーム、特に対戦ゲームは対戦相手がいないと成り立たないわけですから、ユーザーさんは、よりそういったニーズを考えてくれる店舗にしか集まらないようになるんですよ。そうすると、また他のゲームセンターはますます人が来ないからビデオゲームを減らして……という風になっちゃいますから。我々としては本当に頑張らないといけませんよね。そういえばゲームセンターが潰れると、全部マンガ喫茶になって本が売れなくなって出版業界が厳しくなるという図式があるそうですよ。ゲーム雑誌の方々も頑張っていただかないと（笑）。



カプコン期待の新作『STREET FIGHTERⅢ 3rd STRIKE』

――それは困りますね、頑張らないと（笑）。さて、最近はコンシューマとの連動の声がよく聞こえてきますが。

船：実際のところ、ウチみたいなビデオゲームに特化したソフトメーカーは、アーケード単体で採算とることはもはや難しい状況なんですよ。よくてトントンぐらいでしょうか。ですがそういった現状とは別に、コンシューマとアーケードを同時期に出すことによって、家で練習してから外に対戦しに行くというような、アーケードをもっと楽しめる場所にしたいと考えているんですよ。今年出すNAOMIのタイトルには、ビジュアルメモリを利用して筐体にデータを持ち込んだり、そういった連動をどんどんやるつもりです。最近の『ジャスティス学園』とか、『ZERO3』であるとかを見ていただければ分かると思うんですが、コンシューマはコンシューマ用にちゃんとアレンジしていますし、アーケードはアーケードで楽しめるような要素で作っている訳です。そこで連動できたら面白いと思うんですよ。オペレーターの方には、アーケードはコンシューマの見本版だというようなことを言われることもあるんですが、それは違うんじゃないかと。コナミさんの『DDR』やウチの『ZERO3』もそうですが、コンシューマの発売日から、もう1回インカムが上がるんですね。だからコンシューマがアーケードに悪い影響を与えているとは思わないです。



PS『STREET FIGHTER ZERO3』DC、SSにも移植予定。

「カプコンはマニアのためにゲームを作り続けますよ」

――これからの展望はどうでしょうか。

船：こんな時期ですから不安は不安ですよね、ものすごく。だからウチとしては、値段が安くて、いい品質のゲームを提供していくしかないと思っています。それは別に特別なことじゃなくて、カプコンがもう何年来も、ずっと努力してきたことに過ぎないんですが。カプコンのゲームには、中には外れたものもありますけど、そんなに大幅に外したものはないと思うんですよね。だからもうちょっと「いやあ、実は助かったんですよ、カプコンのソフトで」とか、そういう風に評価されると嬉しいんですけどね。

――最後にアーケードに来るユーザーに対して何か一言あれば。

船：カプコンはいつもアーケードで遊んでくれているマニアに向けて、ゲームを作り続けますので、見捨てないでくださいね。

（聞き手・構成／松井・山内）

PART2

（株）セガ・エンタープライゼス
AM11研部長　名越稔洋氏

セガにはまだ果たすべき責任があると思います

アーケードメーカー最大手の一つであるセガは今、何を模索しているのか。『デイトナUSA』『スパイクアウト』開発者、名越稔洋氏に伺った。



――今のアーケードゲーム市場は、かなり厳しいですよね。

名越氏（以下、名）：厳しいですね。実際、セガ社内でも「アーケードが厳しい。そこで今後どうしよう」というテーマに近い会議が行われていたりもします。そうした会議で必ず出るのが、「今は音楽ゲームブームがあるけど、じゃあそのブームが終わったらどうするんだ」ということです。僕の感覚で言うと、今音楽ゲームをプレイしているのは、ライトユーザーとコアユーザーが半分半分でしょう。確かにライトユーザーを取り込めたのは有り難いんですけど、ライトユーザーの多くはファッション的にゲームを遊んでますので、音楽ゲームブームが去ると自然にアーケードから遠ざかると思うんです。ですから、そうなった時にどうするのかが現在かなり問題になってるんですよ。

――今はコンシューマばかりに注目が集まって、アーケードは寂しい状況だと思いますが。

名：コンシューマのゲームが素晴らしく良くなったことはアーケードにとって脅威ですよね。「良いゲームを遊びたければゲーセンに行け」という時代は終わった。ちょうど映画とビデオの関係ですよね。映画館に行かなくても、数カ月後にビデオが出て観ることができる。それと同じで、アーケードに行かなくても移植版がすぐに発売されるから、ということが起きているわけです。そうなってくると、アーケード側は苦しいですよ。

――どうすればユーザーがアーケードに足を運ぶのか、考えなければならないということですね。

名：そうですね。僕もいろいろ考えているんですが、まずなによりも思うのは、「とにかく面白いゲームを改めて作り直すしかない」ということですね。その上で、「○○したけりゃアーケードへ」がキーワードだと思うんです。対戦格闘ゲームブームの頃は「ケンカしたけりゃアーケードへ」でしたね。そうしたアーケード独自の面白さを提供できないと駄目だと思うんです。例えば、営業のサラリーマンなど「時間つぶし」のためにアーケードに来る方もいますよね。そうした人々のマーケットが確実に存在するなら、そのマーケットのニーズに合う商品を作らなければならない。先日セガから『ダービーオーナーズクラブ』という馬のゲームが出たんです。これは『ダビスタ』のような育成ゲームでして、いったんプレイすれば30分は遊べます。その代わりプレイ料金は500円と高い。このゲームをロケテストに出したら、やはりインカムが良かったんです。このゲーム

読者の主張
あなたがハマったアーケードゲームは？

『A－JAX』……ステージによってスクロールの方向が変わるわ、音楽は'80年代ドップリだわでもうたいへん。（大阪府　あきろと）

を作った小口（久雄氏：AM3研部長）は、以前から「営業マンがサボれる場所を作りたい」と言ってましたが、正にそういうゲームが出来た訳です。ですが、そうしたゲームが1台こっきり置いてあるだけではしょうがない。ゲームではなく「サボれる場所」が目的なわけですから。そういうゲームを何台も置いて、思いっきりサラリーマンがサボれるようなコーナーにすれば良いと思うんです。それもアーケードの一つの可能性であり特色になりえますよね。そうした「何かをしに行こう」とユーザーに思わせるアーケードを作っていかなければならないでしょう。

——名越さんはアーケードという場所をどう捉えていますか？

名：僕はゲーム屋である以上に、おもちゃ屋さんでありたいなとすごく思うんですよ。今はもうゲームソフト屋さんがありますが、以前はゲームはおもちゃ屋で売られていた訳ですし。そういう「遊び道具」みたいな精神が今のアーケードには存在しないんじゃないかと。アーケードはそうした「遊び場」であって欲しいですね。

開発とロケーションが一体となって努力を

——『スパイクアウト』の制作意図はなんでしたか？

名：「フリーイン・フリーアウトで同じフィールド上で戦う」というのがコンセプトでした。もっと言えば、一つの街があって、その街に参加しましょう、というゲームにしたかったんです。ですから本当は横に並べるのじゃなくて、アーケード店内のいろんな所に点在させたかったんですよ。それも10台ぐらい。アーケードそのものを一つの街と捉えて、「よっしゃ、ちょっとこの街で遊んでいくか」とバーチャルシティのような感覚で遊んでもらいたかったというのがあったんです。そうした「こんな感じでアーケードを使いたいんだ」というゲームがもっとあっても良いと思うんですよ。いや、セガこそやるべきですよ。

——自社ロケーションを展開しているメリットですよね。

名：ええ。自分の意志で筐体やレイアウトを決めることだって、やろうと思えばできる。ロケーションを持っている強みを上手くプラスの方向に持っていって、ロケーションの配置などがゲーム性に影響するようになれば面白いですよね。そうした努力をすることでアーケードの存在価値というものが上がるのではないでしょうか。

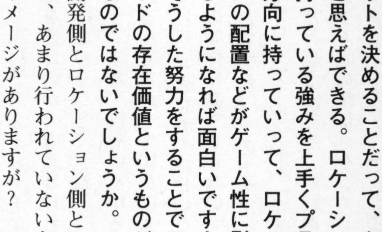
——開発側とロケーション側との交流が、あまり行われていないようなイメージがありますが？

名：知り合いのセガロケーションに行った時には「ここはこうしようよ」と話をその場でしたりするんですよ。ですが、やはり開発側の意図が上手くロケーション全体に伝わっていないかなと。もちろんそれは開発に責任があると思います。

——ロケーション側から「開発側は作ったものを投げっぱなしにしている」との声も聞かれますが？

名：耳が痛いですね。現状僕らが意見できるのは、何台ぐらい販売してくれるのかな、というところです。その後の出荷から先のことになると、僕らにはもはや手が出せない。でも本当は、実際にロケーションに設置して、キャッシュボックスを毎日開けて、インカムなどの情報を引き出すまでがゲーム作りなんだと思います。しかし現状は、開発までに留まっている。確かに研究開発が足りないと今あらためて認識しています。実際、もっともっとロケーションに対する話し合いが社内で行われるべきなんですけど、今セガは現場の開発者レベルでは、なかなかトータルの戦略を考えることができない。でも徐々にですが、そうした意見の交換も行われつつありますので、その辺は期待しています。

——昨今のアーケードゲームは、



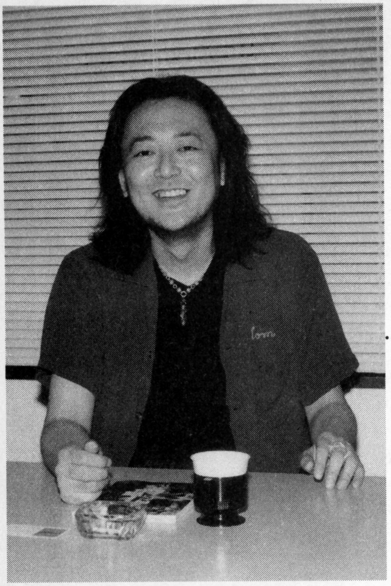
アーケードを街に変えた『スパイクアウト　～ファイナルエディション～』。

1ゲームのプレイ料金を高くするか、対戦や協力プレイで回転率を上げるかの二極化が進んでいますよね。

名：そうですね。料金設定を気軽に設定できないところが非常に悔しいんですよ。また、そうした問題の他に、お客さんがアーケードにいる時間が以前に比べて短くなっているという問題もあります。統計などを見ると、入場者数は変わらないのですが、店内にいる時間がかなり減っているんです。ちょっとだけ遊んで、すぐ出ていってしまう。そうしたお客さんたちを店内に留める方法を考えなければならないでしょうね。

――そのためにはアーケード内に様々な楽しみやサービスが必要でしょうね。

名：ええ。僕ちょっと考えたんですけど、1000円両替すると、たまに1100円でてくる両替機があってもいいと思うんですが（笑）。そうすると、「こっちの両替機で両替すると、当たるかも」とか、「次に両替すると当たるかも」とか、別の面白さが生まれるかなと。もちろんそれは法律的に問題あって駄目でしたが。でもそうしたアイディアも必要だと思います。徐々に行われつつありますが、ビジュアルメモリを使った試みなども考えられますね。例えばレースゲームの結果が他のアクションゲームのライフに変わったりとか、格闘ゲームで連勝するとクレジットがタダになるとか。ゲームはサービス産業なわけですから、そういう新しいサービス性をアーケードでも提供していかなければいけないでしょう。



プロフィール
名越稔洋（なごし・としひろ）
(株)セガ・エンタープライゼスAM11研部長
1965年生まれ。代表作『デイトナUSA』『スパイクアウト』。

追いつめられた時に面白いものが生まれる

――御社のアーケード戦略の展望についてはどうですか？

名：そうですね、セガは商品のラインナップがぎくしゃくしているなぁと感じる時があります。例えば、立て続けにドライブゲームを出してしまったりとか。アーケード全体としてインフラされてない。これだけ長い間アーケードを作っているプロの集団であれば、その辺のスケジュールなど営業的な組み立てがきちんと調整できないといけないでしょうね。他にも、売り上げが苦しいのだから、営業的に堅いゲームを出す、例えば『バーチャファイター4』をリリースするなどの選択肢もあっていいと思うんです。別にセガに対する不満があるわけではないのですが、そうしたやるべきことは沢山あると思いますね。セガにはまだ果たすべき責任があると思います。

――では今後、アーケード開発はどうなるのでしょうか？

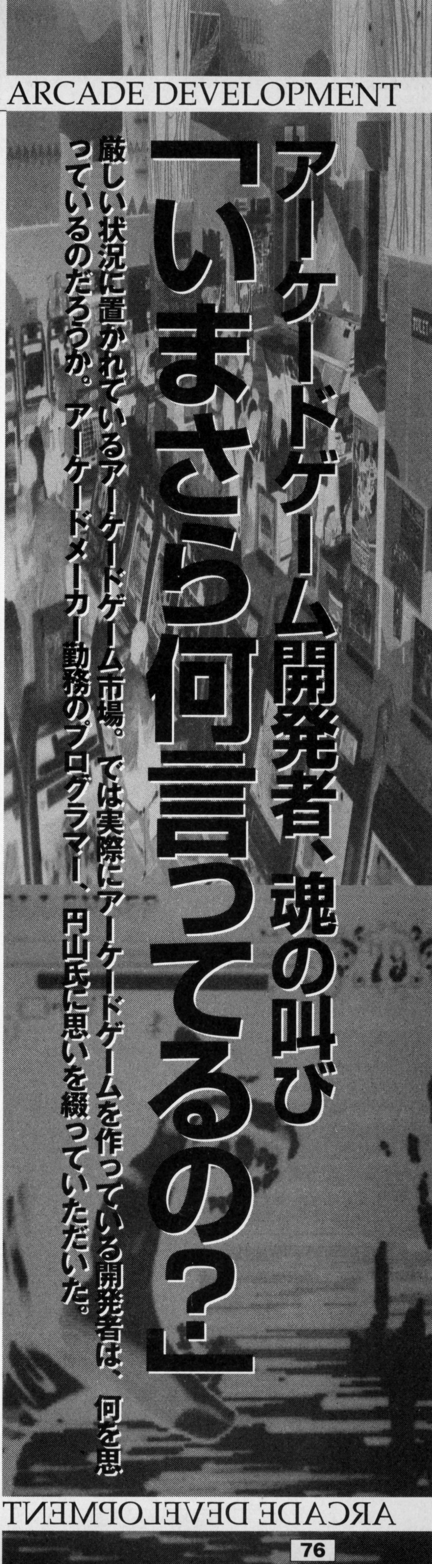
名：開発の我々が「どうすれば良いのか分かりません」と言えば、セガのアーケードは本当に終わってしまう。ですから、自分たちで責任を持って、問題をきちんと解消していかなければならないでしょう。確かにアーケードは今、厳しいです。しかし、逆に追いつめられた時に面白いものが生まれる、ぐらいの気分でいます。しかしそれは楽観的なのではなく、新たな局面に向かって今一度自分たちの足元を見つめ直して、背筋を伸ばしてシャンとして仕事していこうと思ってます。今後のセガのアーケード作品に期待していただければと思います。

――ありがとうございました。

（聞き手・構成／小野・松井）

読者の主張
あなたがハマったアーケードゲームは？

『スターフォース』……ショットで破壊する爽快感と弾避けの面白さに突出したＳＴＧの傑作。シンプルイズベストという言葉が良く似合う。（新潟県　テラドライバー）



アーケードゲーム開発者、魂の叫び

「いまさら何言ってるの？」

厳しい状況に置かれているアーケードゲーム市場。では実際にアーケードゲームを作っている開発者は、何を思っているのだろうか。アーケードメーカー勤務のプログラマー、円山氏に思いを綴っていただいた。

今回のテーマ……今のアーケードについてと言われてもねぇ……「いまさら何言ってるの？」って感じですが。

というか、とまでは言いませんが、今まで続いていたのが奇跡、それ位どうしようもない状況のまま来てましたからね、この業界。今まで6000億市場だったアーケード業界がここ数年緩やかな下降線を辿り、ついにこの2年で一気に1500億近く市場が落ちこんだ背景には、パクリやケータイ（お偉い新聞発表ヨリ）云々言う以前に、この業界に巣食う〝構造的欠陥〟をもう少し見なおせよ、という気がしてならない今日この頃です。

今日までこの業界がもってきた、そして今日のようなこととなるに至った遠因、それは7年前から続いてきた「対戦格闘ゲームブーム」にあります。これが元々〝ヤマ師的〟な経営を続けてきたアーケード業界のバランスを根底から覆してしまった訳です。あ、別に「対戦格闘が悪だ」と言いたい訳ではないんです。〝全員〟悪いんですから。

メーカー側としては、飛ぶように基板が売れる訳ですから調子に乗ります。基板の値段は高くなるわ、そもそもシステム基板のハズなのにROMじゃなく基板で売るわ、挙句の果てに筐体売りやら抱き合わせやら……（最後の奴は流通が絡んでますが）。オペレーター（店）側はその時儲かっていましたのでそれでも平気で購入していた（しないと生き残れない）のですが……。しかしこれが徐々にボディブローの様にオペレーターの体力を削っていった結果、一気にここに来てバタバタ倒れていく結果と相成った訳です。そういう訳で、某誌の某社開発者インタビュー等で「このままじゃアーケードは……」なる発言を見るにつれ「自分らのことを棚に上げてよー言うわ」と思わざるを得ない昨今であります。

オペレーター、ディストリビューター側で見ると……そもそも『インベーダー』から始まったブームに乗ってきた業界な訳ですから、ベンチャー的……というか〝ヤマ師〟的気分が業界全体に満ち溢れています。そういう雰囲気の中で「ユーザー（固定客）を育てよう」などと言った〝甘っちょろい〟感覚はさらさらなく、とにかくその場その場で摂取することしか考えてない訳です。要は感覚が未だに遊牧民族のソレであり、ブームがあったらそっちへ、こっちへ、と食いつないできた末、対戦格闘というバブルに踊り、弾けたという

ARCADE DEVELOPMENT



非常に解りやすい話です。
以上の話は特に格闘ゲームが云々言う以前にずっと前から続いてきた構造です。肥大する経費、それに見合わない回収性（20数年同じ値段（１００円）というのもいろんな意味で凄い）それを「ブーム」で無理矢理乗り切ってきた延長線上、その〝究極の効率の良さ〟が「対戦格闘ブーム」だった訳です。しかし、それが通りすぎた時には……というのが今の現状という感じでしょうか。音ゲー（大型筐体）は初期投資が大きいですし。

まぁ結局どちらも目先の儲けしか考えなかった、しかもそれで偶然続いてきたという構造的欠陥のしわ寄せがここに来たんですよ。もちろん一部にはちゃんと業界全体のことを考えている人々もいますが。これから先、この業界がどうなるかというのは解りませんが、とりあえず〝狩猟が主の―縄文時代―〟から〝農耕が始まった―弥生時代―〟になってくれ、と願いながら、小さい市場でセコセコゲームを作っている今日この頃です。

あ、最後にプレイヤー側として……「みんなちゃんとゲームしてる？　少なくとも'90年代、出来は良いけどインカムが入ってないゲームたちの屍の上に、今のアーケードがあるということも忘れないで下さい」

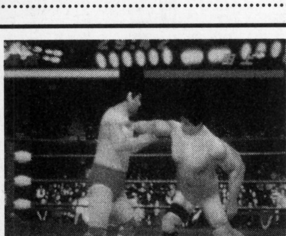
PROFILE

円山忍（まるやま・しのぶ）
隙間産業的ゲームプログラマー。今回ヤリ場に挙げられているアーケードゲーム関連がお仕事。とりあえず、"自分が関わったゲームを自分で「これ面白いわぁ」と言える"仕事をすることが先決だと思うんですよ今は。

アーケードが生き残る道「コンシューマ連動」の今

アーケードゲームが生き残るためのキーワードの一つが「コンシューマとの連動」であることは確かである。

アーケードと同じゲームが家庭でも楽しめる「ＮＥＯＧＥＯ」（メモリーカードでのデータ移動もできた）や、コンシューマ版の発表によって逆にアーケード人気が高まった『鉄拳』シリーズなど、これまでも連動の動きはあったが、最近では本格的にメモリーカードやビジュアルメモリを使ってデータをやりとりするという直結的な連動が盛んになってきた。



故・ジャイアント馬場も登場する『ジャイアントグラム～全日本プロレス2 IN 日本武道館～』。



『ダンスダンスレボリューション』はプレイステーションのメモリーカードを使い、家で作ったオリジナルステップをアーケードで遊ぶことが出来る。ドリームキャストとの連動が目玉の『ジャイアントグラム～全日本プロレス2 IN 日本武道館～』は、ドリームキャストの同タイトルで育成したオリジナルレスラーのデータをビジュアルメモリーにてアーケードに持ち込み、そのデータでアーケード版がプレイできるという。

こうした試みが上手く成功すれば、アーケードにも再び活気が戻るだろう。今後も連動企画は様々な形で行われるというので期待したいところである。

（編集部）

読者の主張
あなたがハマったアーケードゲームは？

『GALLOP』……どっか移植して。（山口県　JMP）

ゲームセンター経営者が答える
セキララFAXアンケート

メーカーでもないユーザーでもない、普段聞かれることのないゲームセンターの生の声！　ＦＡＸアンケートの回答からアーケードの実態を探る。

アーケードゲーム業界における不況の波。メーカーは増大する開発費に頭を抱え、ユーザーは面白く遊べるゲームが少ない事に不満を覚える。しかし、そんな中、オペレーターの声というものは全くと言っていいほど聞こえてこない。彼らはこの現状をどのように見ているのだろうか。

北海道から沖縄まで、全国のゲームセンター、アミューズメント施設にＦＡＸアンケートをお願いし、約30店舗から回答を得た。彼らの生の声を順次見ていきたい。

問1：前年と比較して今年の売り上げ状況をお教え下さい

まだ、今年1年も折り返しを迎えたばかりではあるが、前年と景気状況を比較していただいた。回答の結果は表1の通り。

「正直、前年（'98年）もかなり悪かったのですが、今年に入ってからは文字通りの『真冬』です」（静岡県「アーケードコーナー」店長G）といった言葉に代表されるように、前年と比べてダウンしたと答えたロケーションは74％を数えた。そのダウン率も3割4割というかなり高い数値が大半を占める。

僅かではあるが、「変わらない」「上昇」と答えたロケーションもあった。いずれも地元に密着し、マニア層や常連客をがっちりつかんでいることが上昇の要因であるようだ。それでも、大きく伸びているわけではなく10％程度の上昇がほとんどだった。

問2：今までで一番売り上げの良かった時期はいつ頃でしょうか？　また、その時期を100とすると今はどれぐらいでしょうか？

この問に対する答えは、ロケーションの経営年数によってかなり分かれる結果となってしまったが、景品（プライズ）限度額を200円から500円に上げたことでプライズ機が驚異的な売り上げを記録した'90年、『ストリートファイターII』に始まる対戦格闘ブームの'92年、『バーチャファイター2』が大ヒットした'95年を挙げるロケーションは多くあった。また、そのころを100とした場合の現在の指数は総じて減少を挙げ、なかには「'95年末～'96年夏頃を100とすれば現在は20」（長野県「H.E.アーサー」店長）と答えるロケーションまでいた。

「今までに一番良かった時期はバブルがはじけた頃（'90年）だと思います。UFOキャッチャーの全盛期ですね。その時期が100ならば今は50まで落ちています」（茨城県水戸市「レイクサイドジョイメント」店長麻場徹也氏）

「バブル後半期に入ってもAM業界は不況知らずとか言われていましたから。それにあぐらをかいて何もしてこなかったことが、今の状況につながっているのではないでしょうか」（関東近郊関係者）

世間の目には、AM業界は音楽ゲームのPOPなサウンドと華やかなライトアップに照らされ、それほど悪いようには見えないが、過去の景気と比べれば、やはり遠く及ばないのが現実である。

問3：今現在のインカムの稼ぎ頭となっているタイトル（ジャンル）はなんでしょうか？

表2は問3の答えをまとめたもの。一見すると、音楽ゲーム、プライズに続き、『バーチャストライカー2』シリーズ、対戦格闘が非常に健闘しているようにみえる。しかし、そう簡単に結論づけることはできない。なぜなら『バーチャストライカー2』シリーズ、対戦格闘を稼ぎ頭と答えたロケーションのほとんどが、音楽ゲームやプライズ機を置いていないためである。

「『バーチャストライカー2 ver99／ver.98』と『電脳戦機バーチャロン オラトリオ・タングラム』です。当店の様に大型筐体物を入荷出来ない小規模店舗の場合、上記の高インカム長期稼働の物が無ければ死活問題になっていたと思います」（京都府ゲームセンター店長M）

「4月現在は『ガントレットレジェンド』次いで『バーチャストライカー2ver98』です。ウチには



『バーチャストライカー2 ver99』に興じる人々。

『ビートマニア』や『バーチャストライカー2ver.99』はないのです」
（十条はなまる店おとやびっきい）

価格が高い、場所を用意できない等、音楽ゲームや大型筐体、プライズ機を設置していないオペレーターは、ビデオゲームに頼るしかない。しかし昨今では新作の寿命は短く、長期稼働が期待できるゲームは『バーチャストライカー2』シリーズ程度。非常に厳しい状況である。

問4：メーカー、ディストリビューター及びユーザーに対する意見

「現在コナミが開発販売している音楽ゲームがロケーションではプレイヤーの人気機種となっています。しかしこの人気はいつまでも続く訳ではありませんので、他メーカーは人気に便乗した類似品の制作、販売をするのではなく新たなゲームジャンルの開発販売に力を入れて欲しいと思っております」
（熊本県「ゲームプラザ白山」店長）

「家庭用が普及しすぎてしまい、ここ最近では新作が出ても寿命がとても短いので家庭用の移植はやめて欲しい」
（神奈川県「ゲームセンターマッドマウスPART-Ⅱ店」店長金子氏）

「メーカーさんには抱き合わせや売りっぱなし等、殿様商法は早急に改めてもらいたい。PCB（基板）のインフレ的値上がりも大変疑問です」
（前述静岡県「アーケードコーナー」店長G）

「メーカー間の利益・シェア争いも結構だが、そのために修理用のパーツが入ってこない等、ロケーション及びユーザーに影響が出るのは業界として低レベルにも程がある」
（大阪市内某店やさぐれ店長）

――等々、回答はメーカーに対する意見のものが大半を占めた。ロケーションにとっては「ゲーム」がなければ商売にならないことを思えば理解できる話である。

また少数だがユーザーに対する意見もあった。

「年々ひどくなるマナーの欠如、いつの時代でも言われることで順送りなのだろうが最近のは目に余る。（中略）ゴミの放置、店内のサロン化、タバコ、ガムのポイ捨て、筐体を叩く蹴るの乱暴など。他人の迷惑を考えられないようだ」
（前述京都府ゲームセンター店長M）

ユーザーのマナーは自らモラルを持つことで解決する。弊誌読者には是非気を付けていただきたい次第だ。

問6：現在のアーケード業界に対する提言

どのオペレーターの言葉も、アーケード業界の深刻な現状を憂い、今後業界はどうあるべきかをお答えいただけた。多くのものは、前述した問5に挙げたようなオペレーターにとって辛いメーカーの方針の変更を促すものであった。

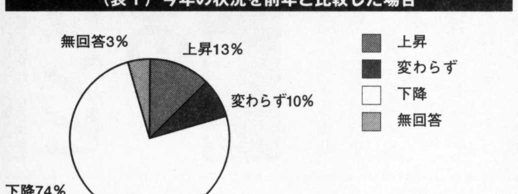
だが、勿論オペレーターも、アーケード業界の一翼を担うものとして、この状況にどう対応していくべきか？　という疑問は残る。

その疑問の答えの一つとして、今後のオペレーターの姿勢を提言したアンケート回答を掲載して、まとめとしたいと思う。

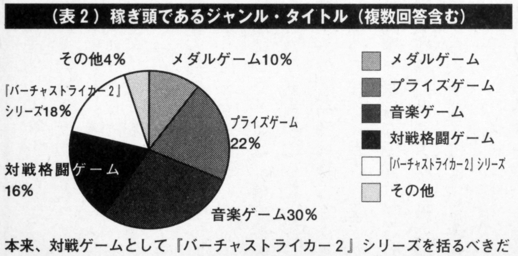
「私が初めて店長になったときから、ずっと抱き続けている疑問があります。『売り上げが良いからいい店なのか？　いい店だから売り上げが良いのか？』まるで『鶏が先か、卵が先か』という堂々巡りの疑問そのままですが、自分なりの答えというものは、まだまだ見つかりそうにありません。今のアーケードは進むべき方向性を見失って迷走しているように思えます。ライトユーザーは確かに金になる。しかし、コアな客層を切り捨て続けてきた結果が、今現在のロケの空洞化を招いています。かといって今更コアユーザー中心の運営に切り替えようとしても、過去とは比較にならないくらい肥大化した機械償却額がそれを許してくれません。結果、ロケーションは中途半端な姿勢のまま衰退を余儀なくされ、業界には「昔は良かった…」とゴールドラッシュの終わった鉱山町の遠い目をしている老人のような人達が溢れかえっています。業界といっても、結局はロケーションひとつひとつとメーカーの集合体であるわけで、変わるとすればそれはロケの変化に他ならない。お客様のニーズはインカム以外の所でも把握できるはずです。今の時流に流されず、未来をしっかりと見据えた店舗が全国に増えていくことそれが大事なんじゃないかと思います」
（リストラ寸前店長）

※　お答えいただいたオペレーターの皆様、厚くお礼申し上げます。ありがとうございました。

（表1）今年の状況を前年と比較した場合



（表2）稼ぎ頭であるジャンル・タイトル（複数回答含む）



本来、対戦ゲームとして『バーチャストライカー2』シリーズを括るべきだったかも知れないが、あまりにその支持率が高かったためデータに表した。

1 ゾンビリベンジ

容赦なく襲いかかる血に飢えたゾンビ達を乗り越えた、その先にあるもの

強靭な怪物と、貧弱な人間。主人公でさえも例外ではない過酷さの先に用意されたエンターテイメントと、その代償とは。

車戸建謙　プレイ時間：200クレジット以上

セガ『ザ・ハウス・オブ・ザ・デッド』の外伝的な位置付けでリリースされた同社の新作『ゾンビリベンジ』。『バイオ ハザード』以来、一般層へも強い訴求力を持つようになったゾンビゲームだが、本作はアーケードユーザー達にどのようなエンターテイメントを提供できたであろうか。

ゲームシステムはステージクリア型3Dアクション、体力ゲージを採用。レバー＋3ボタンで殴打、銃撃、ガードなどの基本動作に加え、掴み技やダッシュなど多彩な動作が可能となっている。

敵キャラのゾンビに対して、主人公達は正に人間。非常に貧弱で気を抜くとすぐに殺されてしまう。ゲーム開始直後ですら敵の配置は厳しく、最初のボスも初プレイでは、まず倒すことは不可能。必然、先に進むためには、プレイの繰り返しによるパターン化で安定をはからなければいけないのだが、本作はこの攻略に対する報酬としての手応え、楽しさを提供するバランス調整が、非常に高い水準で完成されている。



プレイヤーキャラ「毒島」は魅力的なのだが…。

行く先々には、探究心をくすぐるように作り込まれたステージや、威圧感満点に演出されたボス達の姿がちらつき、プレイヤーのやる気を刺激する。また、一瞬の油断も許さない緊迫感とそれを乗り越えたときの心地よい弛緩がテンポ良く続くプレイ。そして、時折与えられる強力な武器が爽快感をメリハリ良く提供するのだ。勿論、細部まで書き込まれた映像もゾンビのうごめく禍々しいゲーム世界を良く表現している。

本作の魅力、それは高難度が生む敷居の奥に隠された作り込みの高さにある。しかし、残念ながら、ほとんどのユーザーにとってその敷居はメーカー側が考えていた以上に高く、その魅力が理解されていないのが現状だ。アーケードにおける一般層の獲得と定着が叫ばれるようになって久しいが、その一般層にいたっては、再度挑戦しようという気も起こらない程だ。

ゲームの難易度は特にアーケードにおいてはインカム回収、プレイ時間等と密接な関係にあるため微妙な問題ではあるが、魅力ある作品から人を遠ざけている現状は悲しく思う。DCへの移植、またNAOMIの特性を生かした連動での復讐を期待したいところだ。

PROFILE

車戸建謙（くるまど・たけのり）

1977年生まれ。愛と文章を送受信できる日々を生涯望み、努力を重ねる毎日。世界に誇る愛妻家を自認している。http://www01.u-page.so-net.ne.jp/gb3/yoshiaki/index.html、兜海老のコーナーも是非に。

関連作品

ザ・ハウス・オブ・ザ・デッド（ガンシューティング）

メーカー：セガ／機種：アーケード／発売日：'97年

鮮烈なグラフィックと適正な難度、そしてゾンビを撃ち殺す爽快感。そのトータルバランスの良さで一般層にも広く遊ばれた秀作。現在は『～2』がアーケードにて稼働中。

ゾンビリベンジ（3DACG）　メーカー：セガ／機種：アーケード／発売日：'99年

2 ギガウイング

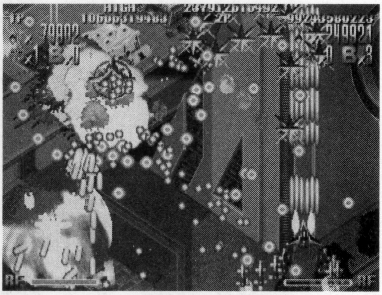
難点こそあれ、初心者に易しく長く遊べるSTG作品

カプコン新作STG『ギガウイング』は、良くも悪くもリフレクトフォースシステムの存在が大きい作品だった。

円山忍　プレイ時間：35クレジット

カプコンのSTG、といえば昔の『1943』に代表される体力制で連射要素が強い体育会系なSTGと、『バース』以降の傾向である「初心者に易しく、長く遊べる」STG、という2系統がある。その後者の系統の最終作『19XX』から3年、タクミとの共同開発という形で発売された新作『ギガウイング』は、ここ数年のSTGの流行を踏襲しつつ、後者系統の〝易しさ〟を引き継いだ形となっている。

　基本システムは所謂〝ボンバーSTG〟であるが、目立つ特徴として〝リフレクトフォース〟が挙げられる。〝リフレクト……〟とは数秒のショット溜め押しで敵弾を跳ね返すバリアを発生させる（跳ね返した弾が敵に当たると得点倍率アイテムに化ける）というものである。ちょっと聞いただけでは「ほぼ無敵使いたい放題」のバランスもへったくれもないシステムなのだが、そこは「〝リフレクト〟の出しどころ＝点数の稼ぎどころ」という敵配置を敷くことにより「稼いだら死にやすい＝初心者には易しく、上級者にはそれなり」というバランスを保っているのである。ちなみに一部話題にもなった「何兆何千億」という笑いにも昇華出来る点数表示は「稼ぎたい」と思わせる為の「手段」という訳である。そういう意味であの得点システムは成功していると見ても良い。


往年の東亜プラン作品の香り漂う画面。

　しかし、難点もある。STGの基本的な「撃って、避ける」という行為がおざなりにされている点である。確かにある程度の爽快感は得られるのだが、その殆どが「無敵」と「勲章アイテム回収」なのである。前者は逆の意味で緊張感の無さ、大味さを生んでいる（2人同時プレイはほぼ無敵でプレイ出来るのだが、それが本当に楽しいか？）し、後者は別のジャンルのゲームをやっている様でもある。あと個人的な意見だがグラフィックのセンスの悪さ（特に後半になればなるほど……）やデモ（ストーリー）のセンスの無さが気になった。

　これらを許容出来れば「長く遊べるゲームをあのカプコンが出した」ということで評価出来るゲームだと思うのだが……あと一息が足りないゲームだと筆者は思う次第である。

PROFILE

円山忍（まるやま・しのぶ）

隙間産業的ゲームプログラマー。STGを愛して十ン年。期待（？）の『オメガブースト』の出来が「思ったより良く出来てて、思ったより楽しめなかった」という何とも煮え切らない感じで悶々としている今日この頃。

関連作品

怒首領蜂(STG)

メーカー：アトラス／機種：セガサターン／価格：¥5,800／発売日：'97年9月18日（サタコレ版もあり）

CAVE制作による縦スクロールSTGの移植作。移植度は非常に高く、熱い点稼ぎや熱い弾避けを存分に楽しむことができる。ただし小さなTV画面では楽しめないので注意。

ギガウイング (STG)　メーカー：カプコン／機種：アーケード／発売年度：'99年

3 ガントレットレジェンド

ついに復活したアタリ往年の名作。懐かしき剣と魔法の冒険譚、再び

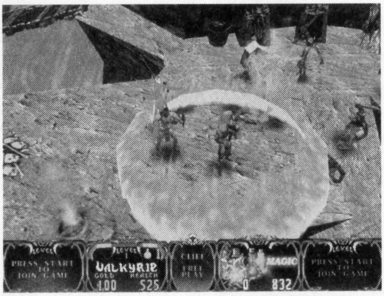
名作『ガントレット』より実に13年ぶりとなる本作は、良くも悪くも洋ゲーの魅力を持つ、硬派でストイックな作品であったが…。

高須恵一郎　プレイ時間：100クレジット以上

『ガントレットレジェンド』は、多人数同時プレイが可能なゲームのはしりであり、古典的名作と名高いダンジョン探索型アクション『ガントレット』の実に13年ぶりの続編である。

基本となるシステムは、前作同様にモンスターと発生源であるジェネレーターを撃破しつつ、アイテムやゴールドを獲得、EXITを目指すシンプルなものだ。しかし逆を言えば、それ以外の部分は前作とほぼ全て異なると言っていい程の変更が施されている。

ある種『ローグ』的な臨機応変さが求められ、上達すれば永久にプレイできた前作に対して、本作は徹底したパターン化が必要な覚えゲーである。プレイ時間が長くなると敵キャラ・トラップの数が増加する上、時間による体力減少も加速度的に大きくなっていくので、モンスターやジェネレーターの配置はもちろん、アイテムやトラップの場所を全て覚え、マジックポーションやターボショットの使い所などを攻略し、迅速に進んでいくことが要求される。初心者などはあっという間に瞬殺されてしまうこと請け合いの高難度だ。



マジックの使い所を覚え、迅速に進むのが重要だ。

しかし、本作の持つコア層、特に往年のファンへの吸引力は驚くほど高い。タイトルが持つネームバリュー、美麗な映像で蘇る心の中で思い描いていた世界、プレイヤーキャラを育てるRPG的な要素といった魅力は勿論、システム的には大幅な変更が施されながらも、アタリ独特のアメリカ的雰囲気、剣と魔法の世界の冒険という本質は、長い年月を経てもなお変わることなく受け継がれていたためだ。多人数同時プレイでも、コインを投じてパワープレイを楽しみ、初心者は上級者に教わりつつ進むという前作そのままの光景は今も見ることが出来る。

では本作がアーケードで、どのように扱われているかといえば、懐古主義的な洋ゲーととられ必要としてくれるロケーションは限られているのが現状だ。マニアの言い分と言われればそれまでだが、幅広い層に望まれることがなくとも、インカムや貢献度で計ることの出来ないアーケードファンの満足感は、こういったゲーム然としたゲームで満たされることを、ロケーション、メーカーは覚えていて欲しいと願うばかりである。

PROFILE

高須恵一郎（たかす・けいいちろう）

先日『キャリバー』の大会で関西最強の某ソフィー使いを倒せて嬉しい不良学生ライター。ちなみに、このゲームがクリアできたのは全て中部最強イシハラさんのおかげです。感謝感謝。あと、最近は『ゲノム』。げのむげのむ。

関連作品

ガントレット（ACG）

機種：アーケード／メーカー：アタリ／
発売年度：'85年

100通り以上のダンジョンを突破していくトップビューのACG。４人同時プレイ、途中参加可能などの画期的なシステムを持ち、その後の作品に大きな影響を与えた名作。

ガントレットレジェンド（3DACG）　メーカー：アタリ・SNK／機種：アーケード／発売年度：'98年

4 エアラインパイロッツ

素晴らしい筐体に組み込まれた底の浅いゲーム性が残念

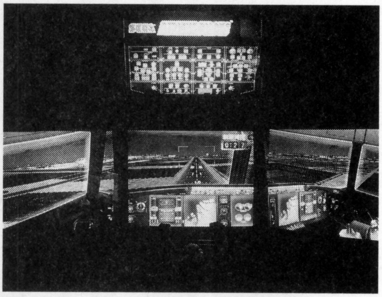
店内でひときわ目立つ大型筐体＋3画面。日本航空とのタイアップで開発された本作品は、一般層とマニア層の双方を満足させることはできたのだろうか？

児山 計　プレイ時間：15クレジット

『エアラインパイロッツ』はセガが日本航空との協力で制作した旅客機操縦ゲームで、臨場感あふれる筐体がウリだ。実機をうまくデフォルメした操縦桿やスラストレバー、管制塔との交信や着陸脚を出すときの振動といった演出がフライト気分を盛り上げる。また航空機の運動特性も、B777独特の機首を下げがちに降下する点が再現されており、ファンには涙ものの演出だ。「NAOMI」が見せる映像も魅力的で、羽田空港を中心に皇居や東京タワーなど都内の名所が再現され、その美しさに思わず見入ってしまう。

このようにハードウェアの演出は申し分ない。しかし、ゲーム内容はどうも煮つめが足りないような感じを受ける。

ゲームは、一定時間東京湾岸地帯を自由に飛べる「フリーフライトモード」と、離陸、旋回、着陸、緊急事態への対応を体験する「トレーニングモード」のふたつで構成されている。制約なしに飛び回れるフリーフライトモードの設定は、マニアックに先鋭化しつつあるアーケードゲームにおいて、初心者を意識したゲームモードとして評価できる。しかし飛び回れる領域が狭く、数回遊ぶとランドマークはあらかた回れてしまい、意外と早く飽きてしまう。



非常にギャラリー受けする画面ではあるのだが……。

トレーニングモードは何度やっても気候や風速、飛行場などといったシチュエーションに変化がなく、単なる記憶ゲームになってしまっている。そのため、航空機ファンであれば数回のプレイでクリアできる一方で、初心者には操作系が複雑すぎるため手に負えず、結局両者ともほうり投げてしまう結果になっている。入門向けのフリーフライトモードはともかく、トレーニングモードには、もう少しゲーム性……たとえば『トップランディング』のように、天候や空域などは常時変化させ、タッチアンドゴーや急降下、他空港への着陸などミッション数を増やし、その中から2～3のミッションを選択させれば、戦略性も増し長く遊ばれたのではないだろうか。

『エアラインパイロッツ』の、ビギナーから上級者まで誰もが遊べるというコンセプトは良かったが、ゲームにもう一工夫がほしかった。筐体や演出が素晴らしいだけになおさら残念に思うのだ。

PROFILE

児山計（こやま・けい）

1971年生まれの28歳。PC雑誌の編集を経てゲームライターに転身。お金が入る端から基板を購入しているため、いまだPCが6年前の486マシン。そこそろ新型PCを買おうと思いつつも、ギガウイングの基板に心ひかれる今日この頃。

関連作品

トップランディング（フライトシミュレータ）

メーカー：タイトー／機種：アーケード／発売年度：'88年

旅客機を操縦して各飛行場への着陸を繰り返すフライトシミュレータ。続編も制作され、後の『電車でGO!』の大ヒットへと繋がった。

エアラインパイロッツ（フライトシミュレータ）　メーカー：セガ／機種：アーケード／発売年度：'99年

5 クレイジータクシー

1プレイの満足度を高める、気持ちよすぎるクレイジーなゲーム性

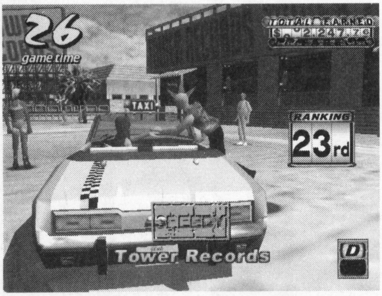
客を乗せる、走る、降ろす。わかりやすいゲーム目的をクレイジーに包んだ『クレタク』。類似する『ハーレー』とどう差別化を図ったか？

柿崎俊道　プレイ時間：94クレジット

『クレイジータクシー（以下、クレタク）』はまさにクレイジーだ。お客の目的地へ早く到着するためには、車道は無視して爆走するのが基本。オープンカフェを突っ切り、公園は横断、立体駐車場の2Fからは車の往来が激しい車道へのジャンプも当然OKだ。

舞台はアメリカ西海岸風。決められた地点へ自分の思い通りに街を走り到達するゲーム目的は、同社のバイクゲーム『ハーレーダビッドソン（以下、ハーレー）』と似ている。しかし、『クレタク』は『ハーレー』に較べ、1プレイの満足度は格段に上昇している。

『クレタク』は目的地へ到達するだけでなく、もっとお金を稼がなくてはいけない（商売だし）。もちろん、お客を目的地へ届ければ収入は得られる。しかし、ジャンプやドリフト、対向車や前を走る車とギリギリですれ違う度に、お客は喜んでチップを払い、さらなる高収入へとつながるのだ。つまりクレイジーであればあるほどいい。たとえ事故を起こしても、タイムに影響はでるものの、ゲームの流れが止まるわけではない。細かい事は気にせずアクセルを思いっきり踏むのが味だ。



バックアップ広告がゲーム世界の雰囲気を盛り上げる。

また、ゲーム開始から3～4人は無理なく乗せられ、ユーザーへの間口も広い。お客を乗せ、走り、降ろす。『クレタク』の魅力は最初の1プレイでも十分味わえる。

『ハーレー』のようにどっしりまたがってる場合ではない。ある種、追い立てられるかのように次々とお客を届け、進む、そのゲーム性はまさにクレイジー。これこそがアーケードゲームにおける重要な要素である、1プレイの満足度の上昇につながっているのである。

『クレタク』を開発したのは、音ゲーよりも早くクールなプレイ感をウリにしたスケボーゲーム『トップスケーター』のチームと聞く。そのセンスは『クレタク』に確かに受け継がれている。だが、黄色く小柄なアップライト筐体は周りの大型筐体に埋もれがちだし、クールなBGMは店内の音ゲーのサウンドに押され気味だ。クレイジーさがゲームシステムに見事に融合しているだけに、車型の大型筐体を採用し、乱暴な運転で派手に動けば、もっと目立っただろうし、もっとクレイジーだったかもしれない。

PROFILE

柿崎俊道（かきざき・しゅんどう）

遅れてブームにのる性質らしく、今は『ゼルダ』真っ盛り。家ではN64『時のオカリナ』、通勤・仕事時はGB『夢をみる島』で24時間体制で挑んでいます。次は『FFⅦ』だろうか。エアリス、ほんとに死ぬの？

関連作品

ハーレーダビッドソン（RCG）

メーカー：セガ／機種：アーケード／発売年度：'98年

バイクを模した大型筐体が店内でも非常に目立つアーケードゲーム。決められた目的地を時間内に通過することがゲーム目的とされる。見た目に較べゲームの出来は地味。

クレイジータクシー (RCG)	メーカー：セガ／機種：アーケード／発売年度：'99年

『できる！ゲームセンター』で理想のゲーセンを作ろう！

ゲームセンター経営SLGの中で、ゲーム批評が考える理想的なゲーセンをオープンさせてみたよ！　その理想的なゲーセンは果たして生き残れるのかな？

『できる！ゲームセンター』は、プレイヤーが店長となってゲーセンを経営するSLG。シナリオモードと経営モードの2種類があり、後者は'78年から'98年までの20年間、倒産させることなくゲーセンを上手く経営できればクリアというものだ。この経営モード、実際のアーケードゲームの歴史を正確かつコミカルに再現しており、なかなか愉快。『ゼビウス』が登場した頃に『ラビウス』、『グラディウス』が登場した頃に『グラダイス』というゲームがちゃんと発売されるのだ。また、それらのゲームの説明や人気度の設定が非常に良く作られているところも好印象（「ナクコ」のゲームは全般的に人気度が高いが、**『デンジャラスヨード』**や**『爆突機銃声』は最低**、とか）。古くからのアーケードゲーマーならば感涙すること間違いなしの内容である。

というわけで、この作品の中で理想的なゲームセンターを作り上げることにした。まず取り扱うゲームは、アクション・シューティング・格闘ゲームに限定。パズル・スポーツ・テーブル・麻雀などは一切置かない。プライズマシンも却下。入り口付近には『スペースマリアー』『ラスターバーナー』などの大型筐体モノを置き、店内の奥には『モリオザバンチー』『強行爆破』『ギャルノフ』『チョリノフ』『さぼらんか』といった**ODECOゲー専用コーナー**を設置（笑）。ヘヴィゲーマーにターゲットを絞った、極めてマニアックなゲーセンにしてみた。

しかし、ただゲームが置いてあるだけではゲーセン失格。お客を満足させるための快適な環境作りが必要である。そこで実体験を元に、理想的なゲーセン環境を構築した。筐体の配置には余裕を持たせ、すっきりシンプルなレイアウト。クリーン＆メンテナンススタッフを揃え、ゴミ箱や植木もきちんと配備。自動販売機も設置して、休息スペースもバッチリだ。

かくして理想的（？）なゲーセン「アウターワールド」がついに完成した。素晴らしい！

で、この理想的なゲーセンを実際に経営することに。すると、訪れる客は**男性ばかり**で、女性客・中年層は皆無。「スポーツゲームを入れて」「プライズマシンを入れて」といった客の要求を拒み続けたため、評判は落ちる一方。ゲーム情報誌によるブーム予測を完全無視。『スーパーココモーティブ』『シーファイタードセイドン』といった不人気機種を店長の独断で入荷した結果、インカムはサッパリ。やがて経営はジリ貧に陥り、挙げ句の果てには**「変な有名人」**がやって来て他の客が寄りつかなくなった。そして9年目の夏、我らが理想のゲーセン「アウターワールド」は物の見事に**ツブれて**しまいました……。嗚呼。

よし、今度は真面目に経営するぞ！　客のニーズには即対応だ！　パズルゲームがブーム？　よし、『テロリス』を入荷だ！　今度は格闘ゲームが欲しいのか？　『ファイナルファイター』でどうだ！　新作ゲームはハード設定にして回転率を上げ、1プレイ200円でインカム倍増！　可能な限り筐体を配置して、入り口付近には『円盤キャッチャー』で一般客ゲットだぜ！……うーん、**それでいいのかゲーム批評**。

（バイキング松井）



『できる！ゲームセンター』より。どこかで聞いたようなBGMも泣かせます。

バイキング松井：ゲーム雑誌編集者。「ザ・プレイステーション」誌で見かけたストッキング 松井さんと是非コンビを結成したいです！　これ見てたらご連絡下さい！

できる！ゲームセンター（SLG）　メーカー：翔泳社／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'99年1月14日

南サン炎の十番勝負 その一

ゲーム批評的南サンのDDR踊るマハラジャ日記

エロゲー博士、南サンと『ダンスダンスレボリューション』……この奇抜なコラボレーションは何を生み出したのか⁉　南サンのPS版『DDR』との出会いからゲーセンデビューまでを記録した、汗と感動のドキュメンタリー巨編。

何の因果かゲーム批評関係者で最も向いていないと思われる私、南敏久が『ダンスダンスレボリューション（以下ＤＤＲ）』に挑戦、という事になってしまった。

たぶんデブがブザマに踊る様を見てみんなで笑ってやろう、との事なんだろう。クソッ（ひがみ根性）。その旨を述べるとそれならばとプレステ版『ＤＤＲ』を用いた、一週間の練習期間をいただくことになった。南サン、ただいま停職中で時間だけは死ぬほど余っている。この一週間で「ただのデブ」から「踊るデブ」に変身して編集部の連中を見返してやろうと思う所存である。

それでは実験スタート!!

南サンの舞踏舞踏革命日記 ｉｎ自宅

●一日目

編集部よりソフトが届く。が、やけに荷物が小さい。アレッ？　あのファミリートレーナーみたいな専用コントローラーは？　早速編集部に電話。すると、なんでも品薄らしく、手に入り次第こちらに送ってくれるとのコト。しょうがないので今日のところはゲームの雰囲気だけでも掴んでおこうと思ったのだが……

あッ!!　俺プレステ持ってなかったんだ！

持ってる友人に借りようとするが連絡とれず。一日ムダに終わる。

●二日目

ようやくプレステ入手。専用コントローラーは未だ届かず。とりあえず付属のパッドでプレイ。初めてだから優しくね……ということで比較的ゆっくりめの曲を選択。が、それはそれでテンポに乗れず、あえなくゲームオーバー。ほかの曲にも挑んでみるが……普段使わない筋肉を使って両手指がガギゴギになってしまった。イヤになってフテ寝してしまう。



イラスト：南敏久

●三日目

とにかくリズムを体に刻み込んでしまわなくては、という事で朝から晩まで一日中プレイし続けることを決意。一時間後、指がおっつかなくなってきたので外へ。昼間からAVを四本借りる。夕方、ビデオを見終わってさあ続きを、と思ったところで電話。友人から飲みに誘われてフラフラと夜の街へ……帰宅後、グラグラと定まらぬ視点で再プレイ。何かの曲（タイトル失念）でランクがSに達する。

●四日目

気がつくとプレステ付けっぱなしで眠っていた。前日のSランクも夢かもしれない。

酔いが残って頭が痛いのでそのまま寝てしまう。

●五日目

そういえば専用コントローラーの件はどうなったのであろうか。編集部に電話してみる。すると、「結局買えませんでしたァー」だって。一体何のための練習期間なのか。ゲーム批評の仕事ってこれだから……。

日にちも無いので画面に合わせて床で飛び跳ねるコトに。お風呂上りに全裸でダンス、金玉がペチペチと別のリズムを取り心地よい。夜中もドタバタやってると隣の部屋から壁を叩かれる。シャクに障ったので明け方まで踊り続けてやった。

●六日目

練習の甲斐あって今や俺はパーフェクトダンスマシーンだ。指でだけど。今日も寝て食って踊っての三拍子。こんな生活していていいのだろうかと不安になったが、「テレタビーズ」を見ていたら脱力してそんなことどうでもよくなってしまった。エ・オー。

南サンの舞踏舞踏革命日記 in 新宿ゲーセン

●『DDR』デビュー当日

いよいよ本番、ということでなぜか新宿にやってきた。某ビデオショップで担当氏と待ち合わせ。クズ映画談義に花が咲く。気が付くと一時間経っていた。盛り場に場所を移し、ゲーセンに入るがどの店でも『DDR』は大人気で人が多く、なかなか台が空かない。と、ビルの間に妙にひっそりとした店を発見。怪しいが人も少ないのでここで踊ることにする。

筐体を見て少しビビる。俺が乗ったら壊れるんじゃないか？ そんな不安を振り切って、千円札両替！ 百円玉二枚投入！ ゲームスタート！ ゲーム終了！ わずか十数秒の出来事であった。やっぱ指でやるのと足でやるのじゃ全然違いマース。足がもつれて踊りになっておりませーん。EASYモードで再挑戦しましたが結果はやはり同じでした。トホホ。あたりまえだよな。帰る道すがら、他の店で一人で二人分踊っちゃってる奴を見て、一刻も早くファシズムを遂行してこのような輩をゲーセンから追放してやろうと思う妙に排他的な南サンの姿がそこにはありました（ひがみ根性）。

がっぷ獅子丸の『DDR』ちょっといい話

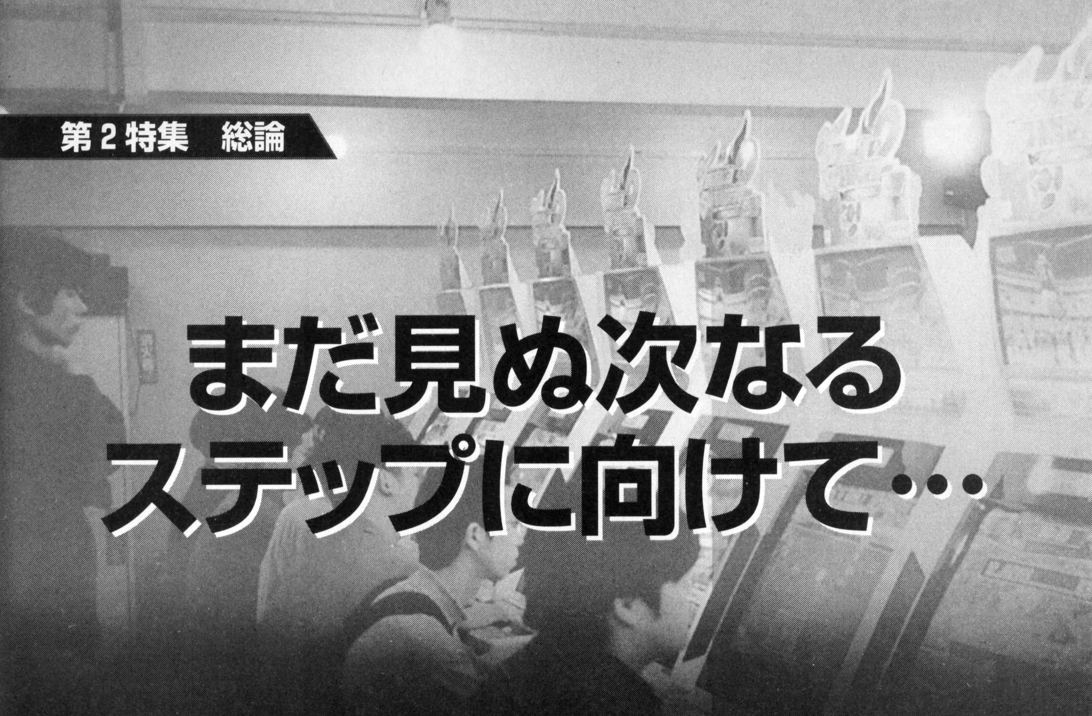
「あそこもヤバくなると時の氏神が現れるというか、神懸かり的に復興しますよね。シューティングが駄目になったら、『と■メモ』でしょ？ んでギャルゲーもあかんっちゅーと音ゲーが来ましたからなぁ」そんな同僚との情報的にもゲーム業界的になんのプラスにもならない酒の席での馬鹿話。やがてベロンベロンになり興が乗った僕たちはゲーセンへ。

そこで同僚のS君は『DDR』をやりたいと言い出しました。金を賭けた位じゃ面白くないので、一番下手な奴は明日から髪を緑色に染め、一週間会社で社長との会話でも必ず語尾に「だっちゃ」をつけなくてはならぬという破滅的な罰ゲームを賭け、僕らは恐怖のDDR大会に突入しました。

昼休みになると『DDR』ばっかのS君は酒の勢いもあってもうノリノリです。彼の恥ずかしい程のオーバーステップにだんだん女の子のギャラリーも集まってきて「こりゃ奴にやられたか？」すると紅潮していたS君の顔が紫色から緑色になったのに気づき「照明のせいかな……」次の瞬間、S君は回転しながら正確にリズムにあわせ先ほど食べた焼きウドンやらエビグラタンのペーストを周りに撒き散らしたのです。そういや彼は生ビールやらサワーやら発泡系ばっか飲んでたな。「これじゃ『ダンスダンスボルケーノ』だな……」あぁそれ面白い！ グー!! 笑いながら僕らは阿鼻叫喚のゲーセンの中、いまだ筐体の上で噴火をやめないS君を見捨てダッシュで逃亡したのでした。（がっぷ獅子丸）

読者の主張
あなたがハマったアーケードゲームは？

『パズループ』……いつ消えやせんかとヒヤヒヤ。（宮城県　永沼洋）



第2特集　総論

まだ見ぬ次なるステップに向けて…

今回の第2特集では、現在のアーケードの状況を、不況にあえぐ業界の姿をつぶさに追ってきた。今更もう一度書き連ねることもないだろう。まさに今、アーケードは寒く、冷たい「氷河期」なのだ。

インベーダーブームに始まったアーケードゲーム業界。UFOキャッチャー、対戦格闘といったブームが「神風」のように吹いては、低迷を打破し成長してきた。しかし、業界が大きく育ちすぎた今、少々のヒット作では状況を好転させることは難しい。音楽ゲームもしかりだ。このまままさらなる神風を待つことは、もはや自滅に等しい。

アーケードの特色（コミュニケーションとしての場所、制限のない自由なインターフェイス等）をうまく利用した安価な製品の開発や健全な販売システムの確立。良質な製品の供給を望む前に、ゲームの面白さを伝えるサービスの場としてのオペレーターの意識改革。さらにアーケードゲーム業界そのものの構造的変革等、業界内では数年前から急務と言われ続けてきた数々の問題。しかし、どれほど解決に向かっているだろうか。

ある業界関係者は「この業界が生まれ変わるには、2～3年ヒット作なんか出さずに全ての膿という膿を吐き出させた方がいい」と言う。そうなのかもしれない。しかし私たちは黙って見ていることは出来ない。

アーケードゲームが好きだから。

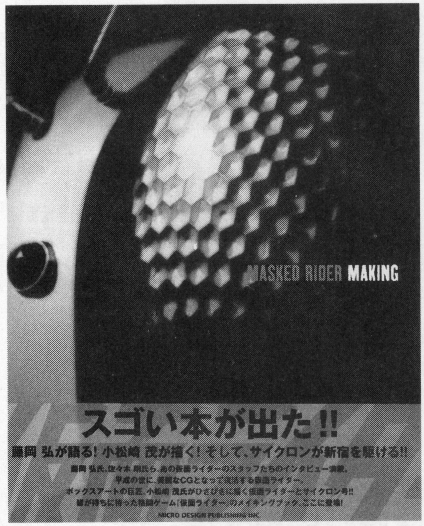
だから私たちは今回苦言を呈した。誰にとっても苦く辛い話ではあるが、事実を直視し問題を再認識して、それぞれが（もちろん私たちマスコミも）積極的な行動をもって努力しなければ、この氷河期に恐竜のように滅びの道を辿るかもしれない。

これを読む読者の皆さんも、ユーザーとして、もう一度アーケードに足を運び楽しんで欲しい。そして面白くないのなら、そう声を出して言って欲しい。アーケードゲームはあなたたちの100円が作っていくものなのだから。

（編集部）

藤岡 弘が語る！　小松崎 茂が描く！
そして、サイクロンが新宿を駆ける!!

「仮面ライダーメイキング」



PS版格闘ゲーム『仮面ライダー』----。細部にまでこだわり、ライダーファンを唸らせたこの作品のメイキングをゲーム批評が徹底解明。「二十七年目の変身」を目撃した全てのひとに、そしてゲームを知らないライダーファンにおくる究極の一冊!

超豪華ゲスト陣!

雨宮慶太／寺田克也／岡元建三／韮沢 靖／竹谷隆之
小松崎 茂

特別インタビュー

藤岡 弘／佐々木 剛／納谷悟朗／中江真司

その他、KAZe描きおろし特別ポスターやPS版『仮面ライダー』設定資料集など一挙掲載!!!

絶賛発売中　AB版／164頁／3000円(税別)

© 石森プロ・東映　© BANDAI 1998

アニメ批評 創刊号

今いちばん熱いアニメ雑誌、大好評につき定期化決定!!



特集 1
アニメ・回帰と新生

20年の刻を経たガンダムを巡る様々な思惑とは。
増殖するガンダム本、その背景にあるもの
HGからPGへ。進化するガンプラの今
ファーストから∀まで全ガンダムレビュー　他

特集 2
声優という職業のフシギ

声優・その歴史と現状
声優ファンの世界　他

CG特集　デジタル・アニメ最前線

作品批評　彼氏彼女の事情／ガサラキ／星界の紋章／宇宙海賊ミトの大冒険／ウルトラマンガイア／ガメラ３／逮捕しちゃうぞ the MOVIE／天地無用！　in LOVE2・遙かなる想い



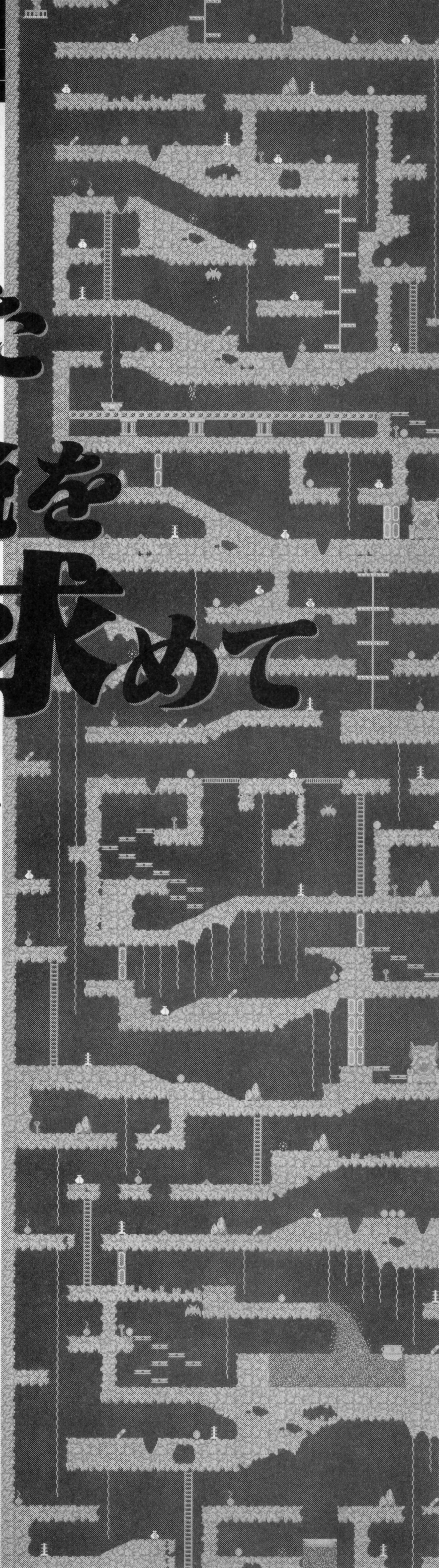
6月10日　発売予定!!

Ａ５判／164頁（予定）／定価980円（税込み）
編集・発行　マイクロデザイン
〒104-0043　中央区湊2-4-1 MGビル

ゲーム業界の失われた想い出たちに贈る、
悪意のように見える不遜な善意、第3回。

失われた伝説を求めて





第三話
レジェンド・オブ・ヒーロー・スペランカー

ありがとうスペランカー
おまえはぼくらに
本当のゲームの
たのしさを
おしえてくれた
そしてこれからも…
（やまと虹一『プラモ狂四郎』より）

さて、今回で三回目となる「失われた伝説を求めて」。これまでゲームマンガ、メーカーとやってきたが、肝心のゲームソフトがないじゃないか。という訳で、何か伝説として語り継がれているゲームがないかと考えた時……我々の脳裏にある一本のゲームが浮かん

スペランカー年表

試験に出る『スペランカー』年表

1983	ATARI版『SPELUNKER』発売
1984	Commodore64版『SPELUNKER』発売
1985	アーケード版『スペランカー』発売
1985・12	ファミコン版『スペランカー』発売
1986	MSX版『スペランカー』発売
1986	アーケード版『スペランカーⅡ　23の鍵』発売
1987・9	ファミコン版『勇者への挑戦　スペランカーⅡ』発売

スペランカーに魅せられた男……1

『スペランカー』との出逢い、それは小学生の時の誕生日プレゼントであった。

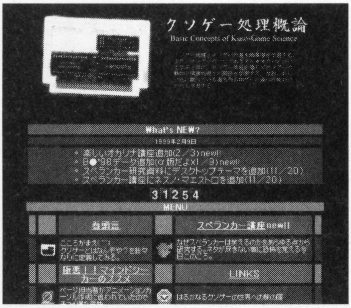
『スペランカー』には大自然の恐怖と人間の無力感、幼き頃にぶち切れんばかりの貴重な経験をさせてもらった。あの幼き頃の挫折から10年……ポン吉は、大学でテストをさぼっていた時、ふと部室に転がっている『スペランカー』を10年ぶりに再び手にし、発光ダイオードの明かりを灯した。これが人生踏み外す記念すべき第一歩である（涙）。

その日からおサルのように『スペランカー』をやりこむ日が続く。スペランカーの歴史・ミラクルの非ランダムアイテム法則・128機オーバーによるゲームオーバーなど、次々とアホな事実が解明されてくる。まったくもって恐ろしいゲームである。時々ふと我に返り自分のしていることを考えるとやるせなくなる。しかし、そこには格好悪いことを極めた自分を格好良いと思う新しい自分が存在した。新たな自分の発見である（人生知らない方がいい事もある）。

またインターネットにより『スペランカー』の作者であるTimMartin氏と交信することもできた。何が我々を狂わせたのかアーケード基板を衝動買いした事もまたインターネットのおかげである。これらの出来事はあまりにもアホらしく凄まじきことである。

人間ここまで格好悪く輝くことができることが証明されたと言っても過言ではない。我が人生のスペランカー無しで語ることならず。南無ぅー。

（ポン吉）



クソゲー処理概論
http://www.erl.ee.musashi-tech.ac.jp/~ponkithi/kusoge-.htm

その昔、多くの少年たちを惹きつけた衝撃の発光ダイオード付きゲーム。あの時何故そのカセットを手にしてしまったのか……。謎に満ちているゲーム『スペランカー』の真相にせまるべく３人のおサルが立ち上がった。

だのだった。

というわけで今回は「スペランカー伝説」をお送りしよう。

……えっ、どこが伝説のゲームなのか、って？　自分の身長よりも高いところから落ちただけで死んでしまう主人公がいるだけで、これはもはや伝説でしょう！

ていうか、この『スペランカー』なる作品、筆者（バイキング松井）にとっても実に思い出深いゲームというか、強烈な心的外傷（トラウマ）として残っている作品である。

あれは確か小学生の頃。友人が「飽きたから貸してやる。その代わり何か貸せ」ということで、『バルーンファイト』との交換レンタルで『スペランカー』は家にやって来た。

プレイすること10分、早くも「難しい！」という思いに苛まれた。とにかくスペランカーは良く死んだ。穴に落ちて死に、ロープを渡れずに死に、コウモリのフンで死に（何故？）、自ら仕掛けたバクダンでも死んだ。そんな状況下にあっても、さとう珠緒並みにピュアな心を持っていた当時小学

スペランカーまめちしき❶ What is SPELUNKER?

「スペランカー」が人物の名前だと思ってる人、それは大間違い。「SPELUNKER」とはれっきとした英単語であり、意味は「洞窟探険家」である（そのまんまやん－）。spelunk（洞窟探検する）という動詞にerがついて洞窟探険家、というわけ。洞窟探検を現在行っている人は「I'm spelunking.」だ。

もし外国の方が「My Father is spelunker.」と言った時、「へぇ～、変わったお名前ですね。やっぱり高い所から落ちると死ぬんですか？」などと答えたりしないように。



スペランカーな彼。名前は……あれっ？　この人の名前って、何？

スペランカーに魅せられた男……2

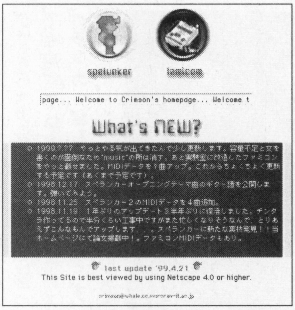
あいつと出会ったのは確か小学4年生の冬、弟がお年玉で買ったのを覚えている。確かあいつの発売日は'85年12月7日だから記憶は正しいはずだ。はっきりいって当時の印象はあまりなく、たぶん大多数の人達と同じく「コリャ、クソゲーだ！」とでも言っていたのだろう。既に『スーパーマリオ』が出ていたし、あまり爽快感のないあいつを操作する気にはなれなかった。しかしなぜか続編を期待していたような気がする。

それからあいつとは何年かすれ違いの日々が続いたが、高校1年の頃からだろうか、なぜかあいつが気になってよくゲームをやるようになった。最初は軽い気持ちだったが、自分ではぜんぜんゲームをやらないくせに弟にクソゲーをやらせる（無理矢理）のが好きな兄貴のおかげで1周出来るようになった。その時にはすでにあいつの虜になっていたのかも知れない。2、3周出来るようになってどんどん上手くなってくると、それまでとは違う軽快なあいつの動きに一体感みたいなものを感じ始め、何回やっても飽きなかった。また、兄貴が買って来た『スペランカーII』をやらされて閻魔大王によく怒られていたのもこの頃で、それから現在に至るまであいつは何度洞窟に潜ったことか……。

先日、またLEDが輝くソフトを買ってしまった、これで通算7本目。あいつはやっぱり特別な存在になっているようだ。ファミコンを見る度にあいつを思い出す……よしっ、今日もやるか。

（CRIMSON）

CRIMSON'S HOMEPAGE
http://whale.cc.muroran-it.ac.jp/~crimson



私のホームページは名作『スペランカー』のテクニック・裏ワザ・MIDIデータ等の紹介（IIもあるよ）やファミコン全般についてもレビュー、MIDIデータ等やってます。今年はもっと更新する予定。

生の私は、「これはボクが下手だから死ぬんだ。よし頑張って上手くなるぞ！」と、一生懸命プレイしていた。

そして30分後、ようやく最初のステージのゴール手前までたどり着いた。「やった！　ようやくクリアだ！」嬉しさのあまり、ピョンピョン飛び跳ねながらゴールに向かった。と、その時！　なんとゴール手前の下り坂に向かってジャンプした我がスペランカーさん、うっかり死亡なされたのであった……。

「……こんなので死ぬんなら、高飛びの選手なんかこの世にいないじゃん」私はそう思うと同時に、3秒ぐらい命の儚さについて考え、すぐさま『スペランカー』を友人に突っ返すことを決意したのだった。

それから十数年、忌まわしい記憶の片隅からヤツを引きずり出し、今回の企画を実現させた次第である。今、私は、心の中で何か一区切りついたような、ほっとした気分で一杯である。

スペランカーまめちしき❷ Broderbund Software

『スペランカー』『バンゲリングベイ』『ロードランナー』という「バンゲリング帝国三部作」を生み出したのがBroderbund社。他にも『カラテカ』『チョップリフター』『プリンス・オブ・ペルシャ』といった数々の名作(?)を世に送り出した偉大なるソフトハウス&パブリッシャーだ。

その後、世界的ヒット作『MYST』『RIVEN』の発売元として莫大な財産を築いた……はずだが、'98年に業績悪化。同年6月、TLC社に買収された。現在は教育・ビジネスソフトを主にリリースしている。



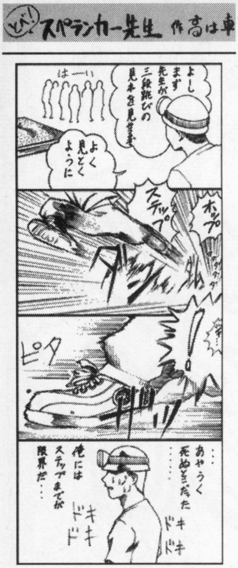
古くからのゲームファンには懐かしい、Broderbund社の冠のロゴ。『スペランカー3D』とか『カラテカ・ミレニアム』とか作ってくんないかなぁ……。

協力：アイレムソフトウェアエンジニアリング（株）

君は「スペランカー先生」を知っているか!?



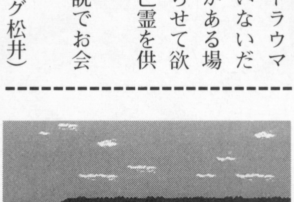




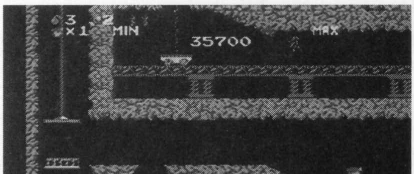
アイレムのホームページ(http://www.irem.co.jp/)内の一コーナー「ふるさと4コマ小唄」(http://www.irem.co.jp/omake/koma4/backnum.html)にて、「スペランカー先生」なる大河4コマ連載が掲載されているのをご存じだろうか。その貧弱さ故、日常生活すらままならないスペランカー先生の熱い生き様には感動（＆爆笑）間違いなし！ ここに載せた他にもシリーズ作があるので、見たい人は今すぐアクセス！

スペランカーまめちしき❸ 幻の続編『勇者への挑戦 スペランカーII』

前作の存在感の大きさ故、極めて印象が薄い『勇者への挑戦スペランカーII』。ちなみにタイトルの勇者は「ゆうしゃ」ではなく「ゆうじゃ」と読む（本当）。続編とはいえ、主人公が3人（探検家・聖職者（？）・エスパー（！））から選べるなど、内容はまったくの別物。アイテムや体力ゲージがあるなど、『ピットフォール』のアクションRPG版という感じ。



勇者への挑戦　スペランカーII
メーカー：アイレム／機種：ファミコン／
価格：¥5,300／発売日：'87年9月18日



死の坂でジャンプするスペランカーの勇姿（このあと死亡）。

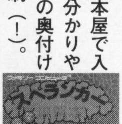
読者諸兄も、こうしたトラウマゲームを心の奥に抱えていないだろうか。そうしたゲームがある場合は、ぜひ編集部まで知らせて欲しい。君に代わってその亡霊を供養しようではないか。

それでは、また次の伝説でお会いすることにしよう。

（企画・構成／バイキング松井）

『スペランカー完全攻略本』

バイキング松井が自宅近くの北千住の古本屋で入手。基本テクニックからマップ攻略まで、分かりやすく説明されている。ちなみに入手した本の奥付けを見てビックリ。版を重ねることナント15刷（！）。



発行：徳間書店
価格：330円

このコーナーで取り上げて欲しい「失われた伝説」を募集します。それにまつわる想い出、体験談などもあれば書き添えて、ゲーム批評編集部までお送り下さい。

◎ワンダバダ長沢画伯のデッチアゲ連載、第二回！◎



注 このページはあくまでジョークですので、暖かい目で見守っていただくよう関係者各位にお願い申し上げます。

THE GAME OF APOCALYPSE

▼この記事には暴力シーンやグロテスクな表現が含まれています。

ゲームのはらわた

sacrifice 蜂

『Gangsters』

ダラダラドロドロ血みどろコラム　第8回！

電車でGBをやりながら眠ってしまった。「終点ですよ！」と肩を叩かれ、慌てて飛び降りたら、哀れGBは電車とホームの間にっ！「うぉぁあぁぁっ！」……で、電車が動いた後で駅員さんが「ウルトラハンド」のでかいヤツみたいなので持ち上げたまではいいが、ズルッと落ちて水の溜まった側溝へドボン。これを2度ほど繰り返して、GBは私の元へ帰ってきた。駅員さん曰く「そこの水道でよく洗った方がいいよ！」……グスン。

さて、そんな悲しい話は置いといて、今回は禁酒法時代のアメリカの架空都市を舞台に、犯罪組織を運営して市長を目指すギャング・シミュレーション――『ギャングスター』である。アメリカじゃあ銃乱射事件で映画＆ゲーム会社が訴えられてるってご時世なのに、アイドスも度胸あるよな。でもあの事件は悲惨な事件だったとは思うけど、その責任をゲームや映画のせいにするなんてのはお門違いもいいところ。育てた親が訴えられるべきだと思うね。

……おっと話がそれた。自分がギャングになって街を支配していくなんて、気分はすっかりアル・パチーノかデ・ニーロだ。もう聞いただけでもワクワクするだろ？　俺も発売前からかなり期待してたんだ。パッケージには、「部下は100人以上。組織の一員としての任務を与え、それにしたがって強奪、脅迫、賄賂、非合法な商売の経営、そして、最後には爆破や残忍な殺戮（従わないやつには当然の報いだ）を実行させる」なんて書いてある。そうかぁ、あんなコトやこんなコトが出来るのか、ウキウキするなぁ……。

ところがっ！　だ。実際に遊んでみると、なんか予想してたのと違う。ポチポチとマップのブロックを指定し、そこから「ショバ代」を集める。払うのを拒んだ店にイヤガラセをする。自警団のように自分の縄張りを巡回させ、敵対ギャングの動向を見張る。会計士や弁護士を雇う。裁判所に賄賂を渡す。誘拐や爆破テロなんかもできる。色んなコマンドが用意されてるし、やることもいっぱいある。リアルタイムに緊急コマンドを入れたりも出来る。なのに……なんとも言えずに〝地味〟なのだ。これはコマンドこそ過激でブラックなものの、もんのスゴくマトモな経営シミュレーションだったのだ。そういう意味では非常によく出来ているのだが、俺の期待してたのはこの手のゲームの先駆けである『シンジケート』みたいなのだったから困った。『電車でGO！』を買ったつもりだったのに『A列車』だったって言うか、RPGのつもりで買ったのに『キングスナイト』はなんだったのかって言うか、「来週から始まる新しい『ウルトラマン』はどんなのかなぁ！」と思ったら『キャプテンウルトラ』だったとか、俺にはそれくらいの衝撃だ。

短気にすぐ抗争（ハデなこと）を引き起こしてしまう俺は、きっとこのゲームの勝利条件を満たすことはできないでしょう。いや、悪いのは勘違いしてた俺です。ゴメンナサイ。でも、お願いです。日本語解説書には全コマンドの説明くらいは付けて下さいね。



血みどろ指数　0　250　500　750　1000

267EUR

Writing by 在鳩飛雲

PROFILE　在鳩飛雲：コンシューマーの企画兼プロデューサーで、洋ゲー好きのギャルゲー嫌い。兼業で与太ライターもやっており、最近かなり疲れ気味。仕事に関する座右の銘は「どうせ嘘だろ、上手くつけよ」。

Gangsters（日本語インストールガイド付き）(SLG)　メーカー：アイドス・インタラクティブ／機種：Win95/98／価格：¥7,800／発売日：'99年1月22日

エロの星☆の名の下に

南敏久

THE NEXT GENERATION

第11話『P.S.』&『P.S.2～真実の扉』

ジャンル：AVG／メーカー：URAN／機種：Win95.98／
価格：7,800／発売日：'98年12月17日（P.S.）・'99年3月27日（P.S.2）

世間一般ではまるでエロゲーしかプレイしていないように思われてる南サンですが心配御無用御意見無用、ちゃんとフツーのゲームも遊んでおります。最近ではスーファミの『ドラクエⅢ』とか。アレフガルドに降りたはいいけど「たいようのいし」が全然見つかんないんだよね。アレどこにあったんだっけ？

それはさておき今回紹介するエロゲーは『P.S.』です。PSとはいってもプレステでもフィアナでもイプシロンの事でもありません。『P.S.』は架空のネット上に存在するエロホームページ。ひょんなことからこのHPの運営を任されてしまった主人公のもとには各方面で活躍する淑女達からの犯されたいだのオナりたいだのといった願望を書いたメールが次々と送られてきまして女のコとのエロ話が大好きな南サンとしては何とも羨ましい限りです。が、ただメールを読むだけでは物語は進行しません。彼女達にはそれぞれの性癖に応じた様々な指令（人前でオナニーをしなさい、とか苺をアヌスに入れなさい、とか）を与えていくのです。うまくいけば彼女達の才能は少しずつ開花、1ヶ月も経てば国民栄誉賞モノの変態女に育った彼女達の姿を見ることができるでしょう。これぞ女のコの妄想力を爆発させて調教する、ニュータイプの心理的SMエロゲーです。初めはノーマルだった主人公も徐々にド変態に染まっていきますが友達以上恋人未満のヒロインとはロマンチックに結ばれてしまいます。チャッカリしてらあ。そんな主人公も大学を卒業、高校教師への道を進みますがもちろん教壇に立ってからもHPの運営は止めません。物語は『P.S.2』に続きます。前にも増してHPにはエロメールが次々舞い込みます。オナ中看護婦にスカトロ教師、マゾレスラーにレイプ好きのコスプレ女……しまいには自分が勤める学校の生徒達からも。前作では5人だった変態チャンも今回は10人にボリュームアップで仕事を持った主人公にはてんてこ舞いの大忙しです。さすがに自分の生徒に直接手を出しちゃうとBADEND一直線～♪（柔道一直線のフシで）やっぱり未成年はマズイですか。

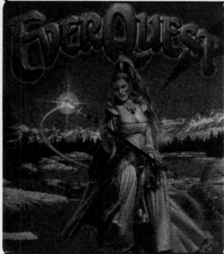
このゲームに触発されて南サンもホームページを開こうと思います……あッ、ダメだ！　まずその前にウチ電話引かなくちゃ!!　HP開設は無理でした。まずは壁新聞から始めますので「たいようのいし」の場所をご存じの方は御一方を。



そういえば海外エロサイトで「僕たちの初体験ネット生中継オンステージ」なんてのもありましたがどうなっちゃったんだろう？　ご存じの方は編集部まで。

南敏久（みなみ・としひさ）：職業・怪獣博士＆エロゲー教授＆ダンサー。仕事は……ありませーん。映画『ブギーナイツ』を観てローラーガールにベタ惚れのダメ人間。今更ですがH.M.P.のアダルトビデオSLG『ザ・ハッスル』はかなり面白いです。機会があれば本誌でも扱いたいぐらい。小野さん、何とかなりませんか。

岡元　建三 PRESENTS



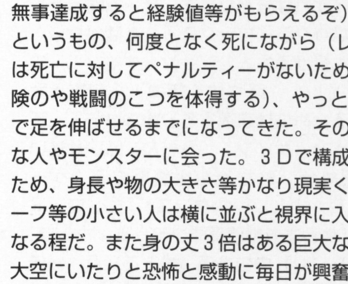
洋ゲー MANIACS

ジャンル：RPG／
メーカー：989 Studios／機種：Win95/98／価格：￥8,100（実売価格）

#8 EVERQUEST

最近何か面白いゲームやってる？　知人たちとのやりとりの中、しばらくこんな言葉がしばしば出ていた。洋ゲー、ことネットワークゲーム に飢えていたのである。『DIABLO』以来、あそこまで自分の生活を持ち崩すソフトが無く、夜を普通の日常生活で過ごすことに少しばかり飽きていた。みんな見果てぬ底知れぬデカい濃いゲームを求めてやまなかった。そんなところに随分前から注目していた『EVERQUEST』（以下、ＥＱ）がリリースされたのである。

この『ＥＱ』は、D＆D的ヒロイックファンタジーRPGを３Ｄ空間の中に壮大に表現した全世界の人が遊べるネットワークゲームである。はやる心を押さえつつ、まずやらなければいけないのがこのゲームの大きな特徴の一つでもあるキャラクターメイキングだ。これまでのゲームの感覚ならば、性別選んで終わりか、せいぜい職業を選んで終了いざプレイなのだが、『ＥＱ』ではまず、11種の種族から（バーバリアン・ダークエルフ・ドワーフ・オーガ・トロル・他）選び、性別を選び、14種の職業から（ウォーリアー・ウィザードリー・クレリック・バード・シャーマン・パラディン・シャドウナイト・ネクロマンサー・他）選ぶ。そしてキャラクターステータス（決定した種族・職業によって初期設定される）に、ボーナスポイントを振り分けカスタマイズし、さらに顔のテクスチャまで選べるサービス付きと、個性をもたせて作れるようになっており、さらに信仰する神（選ぶ神はそれぞれ善悪があり、悪を選べばそのキャラクターはイビル属性になり善の街に入ろうものなら衛兵に殺されたり、善のキャラが回復魔法をかけてあげるとかけた側の評判が下がる等細かく設定されておりニヤリとさせられる）をも選び生きる運命を背負うのである。長い設定を終えるといよいよ旅立ちだ。初めて降り立ったその大地は、視界に収まりきれないとても広大なフロンティアだった。空の雲は幾重に流れの早さの違うものが重なり、時折大粒の雨も降る。大自然を目の当たりにした心境である。私のスタートポイントが都会の街だったということもあり、人の往来が多く、会話や魔法を詠唱する音が飛び交っている。生まれたての右も左もわからない私は、世界でうろうろすること10分、１人の男性（日本人プレイヤー）に声をかけた。彼の助言によると、まず、選んだ職業のギルドマスターと呼ばれる偉い人に、初期アイテムとして持っている手紙を渡しギルドに入会するということだった。「なぜ最初に行かなければいけないのか？」という疑問に、死ぬとその手紙はアイテム欄から無くなるためとのことだった。そうとわかれば早速マスターへと、全速力で向かった。マスターにその手紙を渡すと新米の私を快く迎え入れ、なによりお金のまだ無い私に防具である布製の服を配給してくれた。感謝の気持ちでおじぎした（このようなクエストは、街中のNPCに話しかけることで、引き受けることができ、その種類も豊富である。無事達成すると経験値等がもらえるぞ）。それからというもの、何度となく死にながら（レベル3までは死亡に対してペナルティーがないためこの間に冒険のや戦闘のこつを体得する）、やっと少し郊外まで足を伸ばせるまでになってきた。その間、いろんな人やモンスターに会った。３Ｄで構成されているため、身長や物の大きさ等かなり現実くさく、ドワーフ等の小さい人は横に並ぶと視界に入らず下向きなる程だ。また身の丈３倍はある巨大な敵が大地に大空にいたりと恐怖と感動に毎日が興奮である。今回はなんだかファーストインプレッションのような感じになってしまったが、『ＥＱ』はまさに『DIABLO』以来の奥の深いRPGである。家庭用では体験できないネットワークゲームの醍醐味を味わってほしい。大空に飛ぶ巨大なグリフォン等、その姿・攻撃力は間近で見た瞬間殺される程に圧巻である。現在アニメ批評編集部内でブームとなっている。

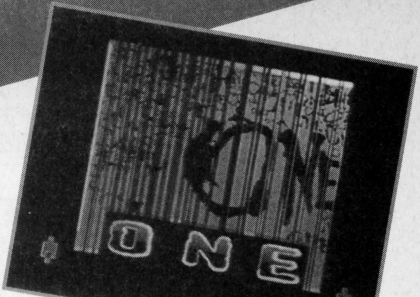


凄い人気で品薄になっているので、見つけた人は即ゲットだ！（ゲーム批評ではアメリカ直輸入で購入しました）

Kenzo Okamoto
特殊美術造形家。映画・TVCF・ゲームなどのいろんなモノを制作。日々、KALIなどでオンラインゲームに明け暮れるゲームジャンキー。最近は勿論『EVERQUEST』に夢中。

平和島ミチロウPRESENTS

シューティング迫撃砲



第十八弾

ONE

メーカー：カプコン／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'99年3月25日

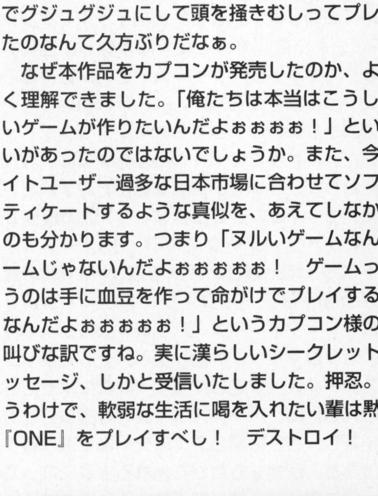
さて、今回紹介するのは『ONE』。といっても『輝く季節へ』じゃないよ（お約束）。一部マニアの間で以前から話題になっていたA・STG作品です。この海外産の恐るべき逸品を平和ボケした日本にブチかましたのは、なんとあのカプコン！　まぁユーザーフレンドリー命のカプコンのことだから、さぞ丁寧にローカライズされてるんでしょうなー……と思ったんだけど、なんとローカライズはほとんど施されていない。むむ、何故だ？　その答えは後ほど。

で、この『ONE』の凄さについてですが、とにかくプレイすれば分かります。ゲーム開始と同時に「いきなりクライマックス！」とばかりにヘリから攻撃を受ける主人公ジョン・ケイン！　迫り来るミサイル！　降り注ぐ銃弾！　崩れる大地！　生きるためには前進するしかないぞ！　夢見て走れジョン・ケイン！　うーん、熱いぜ熱いぜ熱くて死ぬぜ。あたかも全盛期のデコゲー（例：『ミッドナイトレジスタンス』『エドワードランディ』『ならず者戦闘部隊ブラッディウルフ』『サンダーゾーン』）の如き漢（おとこ）臭さが無闇に炸裂だ。素晴らしいねぇ。それにしても、こーゆーアクションシューティングって、ついぞ見かけなくなりましたよね。『パラッパ』や『I．Q』もいいけど、こーゆー古いジャンルの作品も大切だと思うんですけど、ねぇソニーさん。

閑話休題。とにかく『ONE』は圧倒的な破壊力でズドドドドドと疾走するナパーム・デス系の大バイオレンス巨編です。あまりにも派手すぎて、画面上で何が起こっているのか分からなくなることもあるけど、気にしなさんな。ビルの谷間を飛び交うヘリからの機銃掃射とか、地表スレスレを飛ぶ戦闘機からのミサイル攻撃などの演出は、下手なSF映画よりもスリリングで大迫力。こーゆーのが「映画的演出」というものですよ。途中でムービーを挟んだり、登場人物に長々とセリフをしゃべらすことが「映画的演出」だと思ってる人は、これをプレイして考えを改めるべし。

そうした爽快感バリバリの一方、途中途中で実にシビアなジャンプ操作を要求される場面が出てくるのが『ONE』のてんで性悪キューピッドなところ。3Dアクション特有の距離感の分かりにくさのせいで、何百人のジョン・ケインさんが転落死なされたことか。合掌。そしてその最たるものがステージ５。厳しい時間制限がある中、自爆装置を壊しつつフワフワと浮かぶキューブをジャンプで次々と渡っていかなければならないのだ。その難しさたるや、ふくしゅう球団の地獄の特訓（©アストロ球団）さながら。おかげでこのステージをクリアする頃には、シャツのボタンすらはめられないようなゲームドランカーになってしまいましたよ。シクシク。こんなにパッドを血と汗でグジュグジュにして頭を掻きむしってプレイしたのなんて久方ぶりだなぁ。

なぜ本作品をカプコンが発売したのか、ようやく理解できました。「俺たちは本当はこうした熱いゲームが作りたいんだよぉぉぉぉ！」という思いがあったのではないでしょうか。また、今のライトユーザー過多な日本市場に合わせてソフィスティケートするような真似を、あえてしなかったのも分かります。つまり「ヌルいゲームなんてゲームじゃないんだよぉぉぉぉぉ！　ゲームっていうのは手に血豆を作って命がけでプレイするもんなんだよぉぉぉぉぉ！」というカプコン様の魂の叫びな訳ですね。実に漢らしいシークレット・メッセージ、しかと受信いたしました。押忍。というわけで、軟弱な生活に喝を入れたい輩は黙って『ONE』をプレイすべし！　デストロイ！



主人公、ジョン・ケインの勇姿を君は見たか！　俺は見た！

平和島ミチロウ（へいわじま・みちろう）：『ONE』的な世界・設定でカート・ラッセル様が大暴れするSF映画『ソルジャー』（ワーナー配給、公開中）に燃えたフリーライター兼エセ詩人。http://www01.u-page.so-net.ne.jp/ya2/michirou/

Written By タニグチリウイチ

Not Degital

第1回 ハイパーディアブロ

次世代PSが7500万ポリゴンとか、任天堂がN64後継機にDVDを使うとか、家庭用ゲーム機の世界はデジタルデータの大容量化が花盛り。でも携帯ゲームの『GUNPEY』がヒットする様を見ると、データが多けりゃ面白いって訳でもないみたい。

そこで。全然デジタルじゃないのに流行ってたり面白そうなブツを紹介していくコーナーが登場だ。CD-ROM4枚とかに詰め込まれたデジタル無駄遣いゲームが山積みの昨今、「ノットデジタル」なブツの中から面白さの本質でも拾えたら本望。ゲームじゃねえぞって怒らずちょっぴりお付き合い下さいませ。

さて栄えある第1回目として取り上げることになったのは、バンダイから今春発売の「ハイパーディアブロ」だ。バンダイでハイパーで思い浮かぶのは「ハイパーヨーヨー」。昔からあるヨーヨーなのに一昨年辺りから小学生の間で人気が再燃。これに気を良くしたバンダイが、デジタルでもキャラクターでもない玩具として打ち出したのが「アクティブトイ」というカテゴリーで、「ディアブロ」は「ヨーヨー」「ジターリング」(知ってる?)に続く第3弾商品ってことになる。

「ディアブロ」なんて怖そうな名前がついてるけれど、つまりは「中国ゴマ」とか言われる鼓型のコマ回し。でも両手に持った棒の間に張られたストリングにディアブロ(コマ)を乗せ、ブンブン回して遊ぶだけじゃん簡単簡単と舐めてかかったらケガをするから気を付けな。最初は全然回ってくれないんだわ、これが。

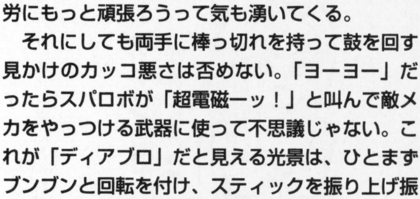
両手でストリングを引っ張って、コマに回転を付けようとすると前後に揺れてすぐに落っこちてしまう。「ハイパーヨーヨー」がスリープってストリングが伸びきった状態で回転し続ける状態を保って初めてトリック(技)に挑めるのとおんなじで、「ハイパーディアブロ」も最初はとにかく、回転状態を作れるよう練習しなくちゃいけない。

何度かのトライに挫折して「つまらん」とそこで投げちゃダメ。ディアブロが回り始めた時に感じるささやかな征服感は、落ちたディアブロが跳ねて逃げ、人前だったら恥をかき、家の中だと机の上のコーヒーカップをすっ飛ばして本とかをびしょ濡れにした、そんな苦労の果てだけあって心に結構ジンと来る。いやホント。

回転しているディアブロをストリングをピンと張って跳ね上げる、「スロウ・アンド・キャッチ」ってトリックの1つでも出来るようになれば得られる感動はさらに倍。6畳1間にマンガとゲームとビデオが積まれた部屋での練習は、失敗すれば山は傾れてコップは砕け、一段の滅茶苦茶は覚悟しなくちゃいけないけれど、こんな苦労だってデジタルでは絶対に味わえない感覚。ひとしおの苦労にもっと頑張ろうって気も湧いてくる。

それにしても両手に棒っ切れを持って鼓を回す見かけのカッコ悪さは否めない。「ヨーヨー」だったらスパロボが「超電磁ーッ!」と叫んで敵メカをやっつける武器に使って不思議じゃない。これが「ディアブロ」だと見える光景は、ひとまずブンブンと回転を付け、スティックを振り上げ振り下ろして飛んでいく鼓、だもんな。

まあそこはキャラクターをイジらせたら日本一のバンダイさん。テレビのヒーロー・ヒロインに無理矢理使わせ、無理矢理評判にしてしまうって手だってアリかもね。下火の「ハイパーヨーヨー」もアニメになって再ブレイクの兆しだし、夏になってもアタリの雰囲気が出ていなかったら、美少女ヒーロー戦隊ヒーローのどれかが「ディアブロ」両手に必殺技を決めてるかも。



発売元:バンダイ
価格:¥3500(ディアウェーブ)/¥2980(ディアスピン)

タニグチリウイチ: 1965年生まれ。ゲームやアニメやオモチャといったオタク市場に異常なまでの関心を示して取材する某新聞社の経済記者。「ドリームキャスト」は発売初日の行列を取材に行ってその足で並んで買ってしまった浮かれ者。今は「ハイパーディアブロ」特訓中!

バカヨシキ所長の

デスシネマ2000年

WARDEN BAKAYOSHIKI'S DEATHCINEMA 2000

おはよう諸君！　今号からの新コーナー、「デスシネマ2000年」を担当することになったバカヨシキです。以後よろしく。内容的には新作映画の紹介コーナーですが、普通にやっても面白くないので、なるべくバカっぽいポイントに絞ってヨタ話をしていくつもり。当然紹介する映画もバカ映画（ホメ言葉）を中心にガンガン行きます。というワケで記念すべき第一回目は『バッファロー'66』と『チャイルド・プレイ／チャッキーの花嫁』だ！

●**『バッファロー'66』**（キネティック配給　7月公開予定）

『アダムス・ファミリー』のビョーキ娘ことクリスティーナ・リッチのブヨブヨした魅力が炸裂した傑作。ハッキリ言って『ワイルド・アット・ハート』をより社会不適応にした感じの映画だが、そう言うと監督・主演のヴィンセント・ギャロが怒るらしいので言いません。

ストーリーは簡単。ギャロ扮するダメ男ビリーは、両親に見栄はったせいで、いもしない「妻」を連れて帰省することを余儀なくされる。困ったビリーはトンチンカンな娘レイラ（クリスティーナ・リッチ）を拉致、彼の両親の前で妻のふりをすることを強要。かくしてまったく噛み合わない二人の珍道中が始まる。後は大体ご想像の通り（でもないか）。

かなりオシャレ路線で宣伝されていると思うのであえて書くが、とってもカッコ悪い話です実際。登場人物もアメリカ底辺のダメ人間ばっかり。演出もかなり狂ってると思う。が、そんなことはこの際どうでもいい。この映画が輝き出すのは、見ている内にカッコ悪いことがどんどんカッコ良く見えてくる瞬間だ。クリスティーナ・リッチが、あの幼児体型をブヨブヨくねらせながらタップダンスする所なんか涙が出る程カッコイイぞ！また、バカ映画ファンにはおなじみのあの人この人が脇役で登場するのもたまらん。

'90年代の最後を飾るにふさわしい、もどかしく、安っぽくて、バカな、しかし最高の恋愛映画。オシャレ人間に取られてたまるか！

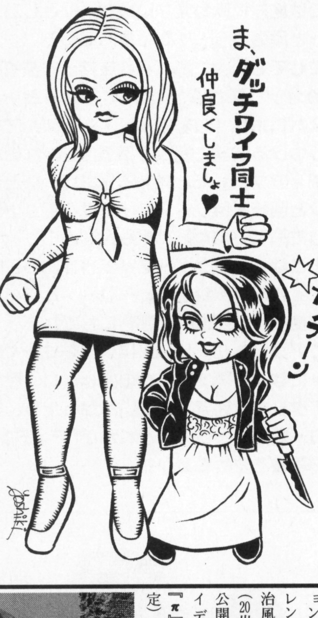
●**『チャイルド・プレイ／チャッキーの花嫁』**（ギャガ配給　6月公開予定）

アイツが帰ってきた！　そう、人形だてらに虐殺三昧、口を開けば罵詈雑言、電池がなくても動けるぜ！のグッド・ガイ人形ことチャッキーでおなじみ、『チャイルド・プレイ』シリーズ第四弾がついに登場だ！

前回バラバラにされたチャッキーだが、GOTH系バリバリの暗黒女ティファニーという最強の相棒、つうか花嫁を得て遂に復活、四たび殺戮の幕が切って落とされる。

今回は監督に香港出身のロニー・ユー（『キラー・ウルフ／白髪魔女伝』など）を迎えてアクション度もグッとアップ、最高にバカバカしくてスピード感たっぷりの作品となった。ホラーに加えコメディ、ロードムービー（！）の要素までブチ込み、おまけにチャッキー人形と花嫁人形のファックシーンまであるんだからたまらない。ゴムつけろって？　俺は全身ゴムだァッ！

かなり渋めのホラーだった一作目、派手だがワンパターンな二・三作目と傾向はまったく違うが、ビール片手に友達とギャーギャー騒ぎながら観るには最適のお気軽スプラッターである。バカ映画ファン必見！



巷では**『スター・ウォーズエピソード1』**（20世紀フォックス配給　7月10日公開予定）で盛り上がってますが、まだまだ面白い映画は一杯ありますぜ。というわけでゲーム批評編集部オススメの映画をズラズラと。まずは『ブレードランナー』のスタッフによるカート・ラッセル最後のアクション映画(⁉)**『ソルジャー』**（ワーナー・ブラザーズ配給　公開中）。カーアクションがイカすロバート・デ・ニーロ＆ジャン・レノの**『RONIN』**（UIP配給　公開中）。噂のミイラ男インディー・ジョーンズ風ミステリー**『ハムナプトラ／失われた砂漠の都』**（UIP配給　6月公開予定）。『アナコンダ』『ザ・グリード』の東宝東和が贈るメカメカ怪獣映画**『ヴァイラス』**（東宝東和配給　6月公開予定）等々。アクション・ホラー以外では、ウォーレン・ビーティ監督・主演の政治風刺コメディ**『ブルワース』**（20世紀フォックス配給　6月公開予定）、そしてセンスとアイディア抜群の理数系SF**『π』**（ギャガ配給　7月公開予定）は必見だ！　（編集部）


『ハムナプトラ／失われた砂漠の都』

本文・イラスト：バカヨシキ……去年始めた女囚＆バカ映画専門HP「Infemo Prison／残酷女刑務所」所長。本業はデザイナー／イラストレーター、の筈だったが最近はバカ映画関連でモノ書きも。http://home.interlink.or.jp/~i-burt/

お詫びとお知らせ

先日弊社より発行いたしました単行本「仮面ライターメイキング」の148ページから151ページに掲載した記事「仮面ライダー現象とは何だったのか」において、引用先及び参考文献の表記が抜けておりました。特に150ページ左段「『仮面ライダー』のヒットにより、街中は『変身！』『ライダーキック！』と叫ぶ子供たちで溢れ返るようになった〜」「『ラッキーカード』を引くとカードアルバムがあたるという特典がついていた〜」「当時は仮面ライダーの他にもカルビーから〜カードスナックが発売されていた。その中でもブームを巻き起こしたのは『仮面ライダー』だけだったのである」などの箇所は「仮面ライダー　仮面ライダーV3カード　完全図鑑」からの引用で、全体の構成でも同書を参考にさせていただきました。他にも同記事では下記の図書並びにwebを参照及び引用させて頂いたことを明記すると共に、ご迷惑をおかけした関係者の皆様にお詫び申し上げげます。

「仮面ライダー　仮面ライダーV3カード　完全図鑑」（木下正信構成、執筆／竹書房刊）
「宇宙船文庫　特別版③　仮面ライダー立体資料集」（西村祐次・宇宙船編集部編／朝日ソノラマ刊）
「戦え！仮面ライダー」（http://www.iijnet.or.jp/kazama/tokusatsu/rider/riderindex.html）

ゲームソフト批評

いうべき何か、評価すべき何か、そんな意義と価値を持ったゲームを、本誌自慢の批評陣が批評する。これはそんなコーナーです。あなたは何を感じたでしょうか。

1 サガ フロンティア2（前編）

水野隆志　プレイ時間：19時間（現在継続中）

百年間に渡る激動の時代を描くファンタジーRPG。その真価とは？

スクウェアの人気シリーズ最新作を、RPGにおける歴史表現は何を生むのか。初の前後編批評で分析する。

今回の批評は少々変わっている。なんと、本誌初の前後編立てなのだ。前編で、開始時の印象をまとめ、後編で、その変化も踏まえつつ改めて総括を行うという趣向になっている。「途中批評」という試みが、果たして読者要求に沿うかはわからないが、プレイ中に印象が変わってくる作品もあるだけに、これはこれとして面白いかという気もする。よければ、感想など戴ければ幸いである。

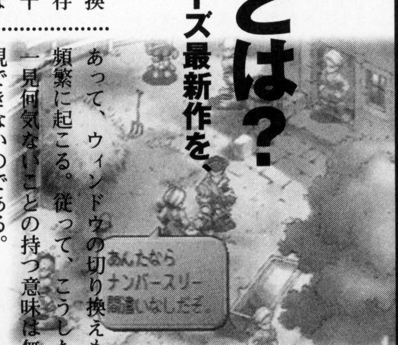
※本原稿は、シナリオを年代順に「アニマ教の噂」までクリアした段階で執筆している。

凝った戦闘システムとスピーディなシナリオ展開

さて、第一印象としては、『サガ フロンティア2（以下『サガフロ2』）』は、なかなか好感触の作品であるといえよう。

まず、ユーザーインターフェイスの良さが上げられる。フィールドでのキャラクターのスムーズな移動はもちろんのこと、セーブ、ロード、各種ウィンドウの切り換え時の速さ、クイックセーブの存在など、プレイヤーへの配慮が十分なため、仮に戦闘で全滅するなどして、やり直しになっても、ストレスを感じずに済むのだ。

また、『サガフロ2』では、ランダムエンカウントがなく、マップ上を徘徊しているモンスターのシンボルに接触しないかぎり、戦闘が発生しない。敵モンスターに合わせた細かい装備の変更を行ったほうが戦闘が有利になることもあって、ウィンドウの切り換えも頻繁に起こる。従って、こうした一見何気ないことの持つ意味は無視できないのである。



次に、多彩なキャラクター成長システムが、戦闘への関心を高めてくれている。『サガフロ2』の成長は、戦闘に参加していくことで、さまざまな要素が、使った分に応じて個別に上昇するというシステムで行われる。成長項目はバリエーションに富んでいて、武器だけでも、剣、斧、槍など六種類、

魔法（ゲーム内では「術」と呼ばれる）も同じく六種類ある。さらに、戦闘時に特定のコマンドの組み合わせで修得できる「技」が武器ごとに何種類も用意されているのだ。

誰を戦闘に参加させ、どういう方向に鍛えていくか。パーティ全体のバランスを考えつつ、さまざまなカスタマイズができるのである。戦闘を避けたい時は、うまくフィールド上で敵を避け、キャラクターを鍛えたいなら、積極的に攻撃を仕掛けていく、といったこともできる。選択の幅が広いので、プレイヤーは自分なりにゲームを進めていけるのである。



「ひらめき」もコマンドの比重が高く味気なさも残る。

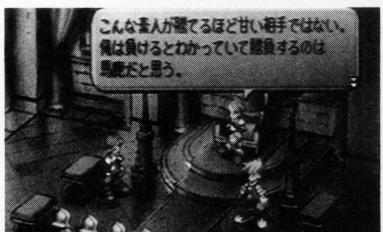
さらに、シナリオもシンプルにまとめられていて、とにかく短時間でサクサク進んでいく。ディスク一枚で、百年間の歴史を描くのだから、ひとつひとつが短くなるのは当然かもしれないが、展開がスピーディなため、とにかく飽きることがない。

登場人物への感情移入の難しさ

すっきりと贅肉を落とした『サガフロ2』は、全体的に不満を感じない作りになっているといえよう。ただし、はまり込んでしまうほど面白いのかというと、じつはそこまでの牽引力には欠けているように思えるのである。

理由のひとつに、戦闘の単調さがある。成長システムは、前述の通り、凝った作りで面白いのだが、敵がそこそこ強いために、戦闘で一度必勝パターンが確立されてしまうと、その繰り返しになってしまう。万能タイプを作るよりも、一芸に秀でたキャラクターのほうが使い勝手がいいため、ますますその傾向が助長されるのだ。

また、『サガフロ2』は、歴史を描くという『サガ』シリーズの流れを汲んでいる作品だけに、ゲーム内で約百年の時間が経過していく。そのため、どんなに気合いを入れて強いキャラクターを育てたとしても、シナリオが進むにつれて、老い、死んでいってしまう。シリーズの特徴だけにやむを得ないのかもしれないが、成長システムが凝っていて、プレイヤーの試行錯誤を必要とする作品だけに、物語の都合で勝手に消えられてしまうと、どうしても興ざめに繋がってしまうのだ。



水彩画調のグラフィックが懐かしさを感じさせる。

この部分に対する配慮がないと、プレイヤーはキャラクターたちに感情移入できず、時々、みずからの手を煩わさせながら、規定の歴史絵巻を見せられるだけになってしまう可能性がある。しかも、ひとつひとつのシナリオが非常にあっさりと進んでいくため、物語的な盛り上がりという点でも、どうしても不安が残る。

現段階での『サガフロ2』は、総体としては遊びやすいが、どこか淡泊な印象を受ける作品といえる。これがラストまで行ってどうなるのか、以下、次号で検討してみたいと思う。

PROFILE

水野隆志（みずの・たかし）

公開終了寸前で、やっと『プライベート・ライアン』を見た。感想。いかにもスピルバーグという感じ。多少、バイオレンスっぽいところなんか入れているけど、その本質はやっぱり客受け狙いから脱していない気がする。

関連作品

サガ フロンティア（RPG）
メーカー：スクウェア／機種：プレイステーション／価格：¥6,800／発売日：'97年7月11日
SFCから続く同社人気RPGシリーズのPS版第一弾。思えばシリーズお馴染みのフリーシナリオはこの作品で最後となった。物語とシステムの間には大きな溝があったか。

サガ フロンティア2（RPG） メーカー：スクウェア／機種：プレイステーション／価格：¥6,800／発売日：'99年4月1日

2 スパイロ・ザ・ドラゴン

『バンディクー』チーム制作の3Dアクション。物足りなさの原因は？

3Dアクションの経験が少ないライトユーザーに向けられた本作。だからこそ、3Dアクションの方法論を、もっと意識して欲しかった。

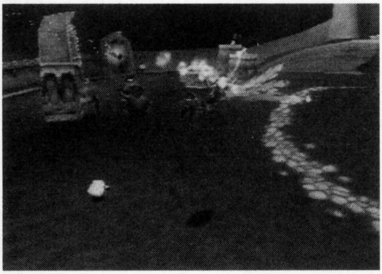
村井良介　プレイ時間：18時間

ライトユーザー向けの3Dアクション。『スパイロ・ザ・ドラゴン』はSCEIの『マリオ64』とも言うべきゲームだ。しかしこのゲーム「何となく3DACGを作ってみた」という感が拭えなかった。その原因はどこにあるのか。

一般的な横スクロールACGと違って、進む方向が自由な『スパイロ』の場合、どっちに行っていいか見失いやすい。また、周囲の状況が一目瞭然の2Dのゲームと異なり、視野が限定され、しかもアングルが常に変化する3DACGではコース全体の構成が把握しづらい。だから、迷いやすくもなるし、ともすれば「あの場所に辿り着くには、いったいどうやったらいいんだろう？」というような「謎」の解法を発見しにくくなる。よって、こうした点を意識したコース設定が必要となる。ところが『スパイロ』のコースはといえば、目標物が乏しく、しばしば、どうしていいか戸惑う。かと思えば、逆に一本道で、自由に動ける意味がなかったりする。謎の解法をプレイヤーに発見させる方法も、立て札で答えを教えるという安易な方法によっている。従って発見の喜びがない。要するに前述の問題に配慮した様子がないのである。

主人公を追尾するカメラも、3DACGに特有であり、意識的に考慮すべき点であるが、『スパイロ』のカメラは見通しが悪くなりやすいし、角を曲がったときなどに、カメラが手前の壁に埋まるなど、追尾の性能が悪く、あまり考えて作られているとは思えない。

冒頭で述べた印象の原因。それは、3DACGでは2Dとは違う配慮を必要としたにもかかわらず、それについてあまり意識されていないのではないか、ということにある。たとえば、コースにいくつか巨大な目標物を設置してみるとか、音で視覚情報を補うとか、何らかの工夫を意識的に考案しようという姿勢があれば、だいぶ違っていたはずだ。ライトユーザーに向けられた『スパイロ』。このゲームで初めて3DACGに触れるユーザーも多いだろう。そんなユーザーにこのジャンル特有の面白さを伝え、後のゲームへの入り口ともなるべきSCEIの『マリオ』としては、3DACGの方法についてもっと高い意識を示してもよかったのではないか。



難度の低下だけがライトユーザー呼び込みの手段ではないはず。

PROFILE

村井良介（むらい・りょうすけ）

日本史学専攻の現役大学院生。無事博士課程に進学できました。推理小説好きで、プロ野球マニア。ゲームはジャンルを問わず好むが、ACGやSTGは下手。今回はあっさりクリアできて一安心。

関連作品

スーパーマリオ64（3DACG）

メーカー：任天堂／機種：N64／価格：¥9,800／発売日：'96年6月23日

このタイプの3DACGの草分け。それにしてもハードの性能の向上とともに増える3DACG。アナログコントローラーを標準装備した任天堂の先見性には頭が下がります。

スパイロ・ザ・ドラゴン（3DACG）　メーカー：SCEI／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'99年4月1日

GAMESOFT REVIEW

3 オメガブースト

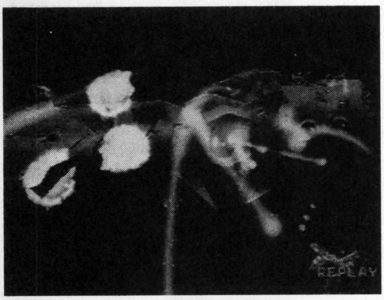
マニアックな3DロボットSTGに1つの反証を持ちかけた意欲作

驚異的な映像美と初心者にも無理のない操作性。SCEIは『オメガブースト』によって何をもたらしたのか。

KF-2　プレイ時間：18時間

『オメガブースト』は、自機となるロボット「オメガブースト」を操り、３６０度空間を自在に動き回れる３ＤロボットＳＴＧだ。開発は『グランツーリスモ』のポリフォニーデジタルが手掛けただけあって、好評を博した技術力と映像美は、更に洗練された形で受け継がれている。そのクオリティの高さはリプレイ機能を活用することにより、様々な視点で充分堪能することが可能だ。

しかし、『オメガブースト』の見るべきところは、こうした表面的な部分だけではない。真に評価すべきなのは、今までになくロボットという題材を効果的に引き出し、幅広いユーザー層に供給しているところである。



数々のロボットアニメ、ＳＦ作品のオマージュも見事。

事実、現在のＰＳユーザーには、少年の頃に観た「ガンダム」を初めとするロボットアニメを原体験に持ち、ロボットを題材にしたゲームに興味を抱く潜在層は数多く存在するだろう。しかし、その需要は十分に満たされていなかったのではないだろうか。『アーマード・コア』や『ガングリフォン』といった３ＤロボットＳＴＧの名作でさえ、まずはコントローラーのボタンが何に対応するのか、全部把握するのが基本といった複雑な操作を要求されるため、一部のマニア層だけが楽しむジャンルへと定着してしまった感がある。

それに対し、『オメガブースト』の操作方法は至ってシンプル。基本的にスキャンボタンを押せば瞬時に敵をロックオンでき、そして攻撃といった、単純明快な操作方法を採用している。これは、ロボットを題材にしたゲームは操作性が難しく敷居が高いといったこれまでの流れを覆した結果であり、誰しもが簡単に、格好良くロボットを操作できることを実現したことは大いに賞賛すべきであろう。

確かに純然たるＳＴＧとしてみた場合、単純明快な操作方法が逆に働き、各面ごとの戦略性が希薄に感じられ、単調な印象を受ける点は否定できない。しかし、その欠点も本作の評価すべき事柄からみれば、些細なものではないかと思う。

何故なら、これほどまでにユーザーフレンドリーで陶酔感に浸れるロボットＳＴＧも極めて珍しいのだから。

PROFILE

KF－2（ケイエフツー）

ゲームと音楽をこよなく愛する娯楽追求主義者。『DDR』を購入したが、専用コントローラーを敷くスペースが無いことに気付き、部屋の模様替えを余儀なくされた。オイオイ…。
http://www.page.sannet.ne.jp/kf-2/

関連作品

ステラアサルト（3DSTG）
メーカー：セガ／機種：32X／
価格：¥7,800／発売日：'95年5月26日
こちらも宇宙空間を360度自在に飛び回れる3DSTG。『オメガブースト』と共通する点は多いのだが、難度は高い。佳作ながらも販売本数は5000本に満たなかったのは32X故か。

オメガブースト（3DSTG）　メーカー：SCEI／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'99年4月22日

4 チョコボレーシング～幻界へのロード～

ハービー・ヨシムラ　プレイ時間：10時間

キャラゲーとしてもレースゲームとしても中途半端な作品

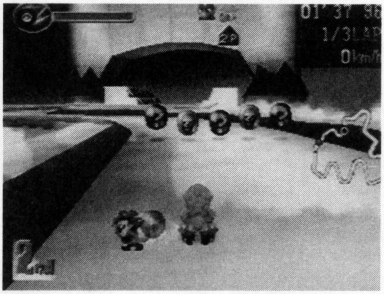
チョコボのキャラクターゲームとして低年齢層を中心にヒットした作品。果たしてその内容はキャラの人気に見合うものだったのか？

「チョコボのキャラクターを使ったレースゲーム」うーむ面白そうだ。コンセプトは間違っちゃいない。レースゲーム・マニアの為にだけ、レースゲームがあるわけじゃないし『マリオカート』は面白かった。

グラフィックは綺麗だし、キャラクターも8人いるし、隠れキャラは「SQUARE」ファンなら思わずニヤッとするようなクスグリが用意されている。

しかしこのゲーム、全体の煮詰めが甘過ぎませんかネ？

操作系が簡単なのはいいとしても、コースが面白くなさ過ぎる！　シケインつくっときゃ難易度が上がるだろ、なんてセナが死んだときのFIAの対応みたい。ひょっとして、このゲームのスタッフは実際に1度もサーキットを走ることなく、既存のレースゲームだけを参考にしてゲームを作ってしまったのでしょうか？



グラフィックは可愛らしく好感がもてるが……。

アビリティとキャラクターを切り離してしまったのも、FFのお約束とはいえキャラの無個性化を推し進めているし、このゲームの勝敗のカギを握っているのは、運だけです。運が良ければ勝ち、運が悪ければ負けるっていうんじゃ、それはレースゲームじゃないだろ!?

「チョコボ」のキャラを使ったレースゲーム形式での（まわりくどいな、この表現）バトルゲームだと割り切っても、VSモードでの処理落ちのスピードの遅さはとても'99年に発売されたゲームだとは思えん！　ストーリー・モード第9話のアニメに力を入れる前にVSモードを何とかして欲しかった。ここさえ何とかなっていたら、パーティゲームとして遊べたのに。

結局のところ、キャラクターゲームとしてもレースゲームとしても全てが中途半端に終わってしまっているのでしょう。130人以上もスタッフがいるんじゃ仕方がないのかもしれませんが……。

それでもこのゲーム、そこそこ遊べるし、つまらなくはない。

可もなく不可もないような作品を華麗なグラフィックでパッケージするという典型的な「SQUARE」商品ってヤツは、イチゲンさんには受けるだろうが、これを「万人受け」というのなら、残念ながらゲームの未来は、ない。

PROFILE

ハービー・ヨシムラ

1966年生まれ。雑誌編集者兼ライター&レースゲームマニア。最近簡単だというCFに騙されてiMacを買ってしまい、筆舌に尽くしがたいトラブルを背負い込んでしまった。「いいんです、みんな自分が悪いんですから」

関連作品

マリオカート64（RCG）

メーカー：任天堂／機種：N64／価格：¥4,800／発売日：'97年12月14日

「マリオカート」（SFC）の続編。画面分割による4人同時対戦を始め、技術的には非常に高度なのに、それをおくびにも出さない点が奥ゆかしい名作レースゲーム。

チョコボレーシング～幻界へのロード～（RCG）　メーカー：スクウェア／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'99年3月18日

GAMESOFT REVIEW

5 キャプテン・ラヴ

口八丁バトルの「論撃」がアツい、大河純愛修羅場「ラヴ」ストーリー

恋愛における修羅場を描いた『キャプテン・ラヴ』は、マニアックな作りも嬉しい佳作だった。

多根清史（BIG☆BURN）

プレイ時間：20時間

数ある恋愛ゲームで、意外なほどシカトされてきたのが、男女間の「修羅場」だったりする。美形カップルバージンロードの後ろには、玉砕敗北失恋ライアンどもの死屍累々が、無残に散らばってるはずだ。そういう重くなりがちなテーマを、ヒーローアニメのフォーマット（1話完結だが前後編もある、選択肢AVG形式）でしゃきっと料理してみせたのが、この『キャプテン・ラヴ』だ。そうだよ、恋愛＝バトルなんだ！ 極限にシンプルな割り切りは、目の覚める思いだった。

　主人公は「愛の共産化」を目指す「ラブラブ党」の一員だったが、ある雨の日に、ボスの愛娘と恋に落ちてしまう。二人で遠くへ、といっても学生だし、単位もらうにはボス＝教授に会わなきゃいけない。まあとにかく、ラブラブ党の刺客と戦えキャプテン・ラヴ！（口げんかだけどな）



シナリオやセリフなど非常に良く出来ている。

　しかし、それは制作者サイドにとっても、「美少女食い歩きゲーム」作りとは違う、イバラの道である。隣のおねーさんに夕飯をご馳走になってる現場に、恋人に踏み込まれたらどうする？ 「お義父さん、お嬢さんをください！」といえるか？ 経験値の少ない（一般論です）開発者に、これほど苦手なジャンルはないだろう。

　ウマイ。実に台詞の切れが良い。男の言い訳はとことん情けなく、オヤジは親馬鹿石頭子離れできてない悪の首領らしく、娘は聞き分けのないワガママをうだうだと、リアリティとフィクションのさじ加減が絶品だ。溜まったストレスを晴らす「論撃バトル」は、タイマーで選択肢が増える四択に過ぎないが、ツッコミ漫才の呼吸で、怪人（コスプレか）たちの言い分を、次々と撃破するカタルシスが味わえる。身勝手だから余計に楽しい。細切れにぶっこまれるシステムメニュー（CDアクセスを感じさせない配慮？）は少しうざったいが、本筋と関係ない場所に行ける「フリー」でお釣りがくる。ダチの映画マニアの家を、ストーカーするのが面白かったり。細かな特撮ネタや、雑君保プ氏の4コマ漫画が読めるのは、マニア的にも嬉しい。大ヒットを収めることはないが、確実にいるその向きのファンをしっかりと捉えた、手堅い作りの佳作だ。

PROFILE

多根清史（BIG☆BURN）

マイPCで『Bleem!』が動かないのに愕然としたゲームライター。お、俺を放っといて勝手にクロック数上がりやがって世間め！ 新マシンを組み立てても、Raineで『ルナーク』ばっかりやってそうな気がしなくもなし。

関連作品

リフレイン ラブ～あなたに逢いたい～（恋愛SLG）

メーカー：リバーヒルソフト／機種：プレイステーション／価格：¥6,000／発売日：'99年3月11日

大学生の男女７人を中心としたストーリーが展開する、トレンディドラマ（死語）のような恋愛SLG。女の子だけでなく、男友達との関係もエンディングに関わってくる。

キャプテン・ラヴ（ドラマチック・ヒーロー・アドベンチャー）

メーカー：東芝EMI／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'98年11月27日

GAMESOFT REVIEW

6 オアシスロード

ゲーム過多時代の中、キラリと光る独特の個性を持った作品

『オアシスロード』は、少人数スタッフによる「こだわり」によって作られた、どこか懐かしい感じを与えるインディビジュアルなゲームだった。

米光一成　プレイ時間：32時間

『オアシスロード』について語りたい。

あまり雑誌などで紹介されなかったゲームなので、知らぬ人もいるだろう。まず概要を記そう。ゲーム的な主な目的は2つ。ひとつは、世界の確定。もうひとつは、交易である。

街から出発する。方向を決めて、探索すると、地図が描写される。街の産物を買い取り、別の街に運び、売却する。交易が産まれ、活気がもどると、街が発展する。すると、新しい産物が生じることがある。また運ぶ。

そうやって、地図をどんどん拡げていき、世界を確定していく。

野ヤギやモンスターが出現して戦わなければならないことがある。そのために街の産物から、武器や防具を作り出すことも必要になる。

画面は、古地図がメインとなるため、淡いイメージ。途中で挿入されるイベントシーンの絵も、淡い彩色。

登場キャラクターは6チーム。最初に自分のチームを選択する。選択されなかったチームはNPCとして登場することになる。それぞれで目的が異なる。秘宝を探している者、古代竜を狩ろうとしている者、神話や伝承に隠された真実を追い求める者、などなど。

絶対悪の存在や、世界の完全なる平和などありえず、淡く美しい物語になっている。

思い描いてもらえただろうか？

では、最初に個人的な感想を書こう。好きである。ひじょうに興味深かった。

ちょっと昔、パソコンゲームがまだ混沌としたものを産み出していた時代。簡単に楽しめるとは言えないが、とんでもないものや、奇妙なものがどんどん産まれてきていたころのゲーム。そんなタイプのゲームに似ていると感じた。巨大な制作体制で、たくさんの人に楽しんでもらうことを前提に作られたモノではなく、少人数であれこれ言いながら自分たちのこだわりで作られたモノではないだろうか？　と想像した。

どうやって作られたのだろう？という強い興味に導かれて、ぼくは結局、制作者に会い、その制作過程を取材することにまでなった。その様子をここに詳しく記すスペースはない。だが、メインスタッフはたった2人、ほぼ2年がかりで、こだわって作られたものであったことは伝えておこう。

アイテムにみられるその多様性とリアルさ

こだわりの面白さは、アイテムの扱いに非常によくあらわれている。ゲーム自体が、物を運び交易を産み出すことにあるように、ゲームの核となるのはアイテムだ。

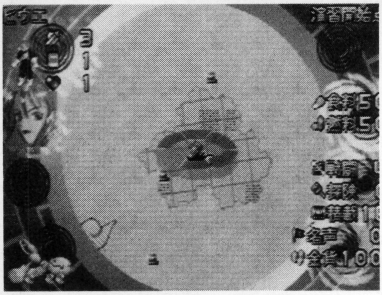
入手したアイテムは、馬車の中



にいれる。たとえば、「毛のついたヤギ」を入手したとしよう。しばらく旅を続け、馬車の中をのぞくと、入手した記憶のない「ミルク」がある。突如、それはある。

〝毛のついたヤギが、ミルクを出しました〟などというメッセージなど表示されない。馬車を見ると、ある。その感じ。

いつのまにか、馬車に「毒キノコ」が生えていたりすることもある。「犬」は「マーモット」をとってくる。「ヤギ」や「犬」は「フン」をする。馬車をのぞくと、フン、フン、フンと、3つも存在していたりする。くさい馬車である。



地図を広げ、世界を確立するのが目的。

「フン」は、燃料になる。「毛のついたヤギ」は、家畜スキルによって、「毛をとったヤギ」と「毛」にわけることができる。「毛をとったヤギ」は調理スキルで「皮」と「肉」と「角」にわけられる。

「毛」のほうは、「紐」を作り、さらに家畜スキルで「ワナ」を作ることができる。「角」は武器スキルがあれば、武器に研き上げることができる。

アイテムが、たったひとつきりの効能を持つ存在として閉じていない。何かを産み出したり、もってきたり、勝手に生えたりする。多様で、いきいきとしたアイテムになっている。ひとつのアイテムが、スキルによっていろいろに変化させられる部分も面白い。

不親切な部分もあるが独特なテイストが美味

公正を期すため欠点も記す。一番気になるのは、不親切な点がたくさんみられることだ。これも例をあげよう。

セーブデータに場所や時間などのラベルがつかないために、どのデータがどの部分のものなのか解りにくい。街の名前を知るためにはその街へ行かなくてはならないために、位置関係を覚えるまで不要な移動を繰り返してしまうことになる。戦闘では、特殊効果など何が起こったのかはっきり表現されていないものがある、などなど。

気軽に楽しみたいプレイヤーにとって、これらの不親切さは大きな障害となるだろう。がんばって遊ぼうとするプレイヤーにとっては、これらの一部は、逆に面白いと感じることがあるかもしれない(ぼくは、ひさしぶりに紙にマップを書きながらプレイした)。

もうひとつ。これは欠点というよりも要望に近いのだが、アイテム部分で表現された多様性は、さらに掘り下げてほしかった。

調理スキルを使ってもっとさまざまな食事を味わいたいし、へんなモノでへんな武器を作ったりしたいし、家畜とも友達になりたかった(さらに妄言を吐けば、入手した「イカとっくり」で、美酒も味わいたい)。そういった深みが増せば、さらに何度も遊びたくなるものになっていたと思う。

誰もが遊べる楽しいゲームや、わかりやすいゲームも、もちろん必要だ。だが、こういった独特の個性を持ったゲームが、もう少し注目され、紹介されても良いのではないだろうか。どんなエンターテインメント業界でも、多様さを失うことが活気すらも失ってしまうことにつながると思う。

すでに次回作を企画中だそうである。また独特のテイストを持った作品が誕生することを期待している。

PROFILE

米光一成(よねみつ・かずなり)

デジタルビデオを購入して、猫や工事現場を撮っている日々。『ドラクエモンスターズ』を未だに遊んでてやめられないので泣きそうである。

http://www.asahi-net.or.jp/˜IH9K-YNMT/

関連作品

ネオ アトラス(新世界発見SLG)

メーカー:アートディンク/機種:プレイステーション/価格:¥5,800/発売日:'98年2月26日

洒落っ気と中毒性を併せ持つ地図作成SLG。基本コンセプトはPCの『The Atlas』時代から確立されていたが、本作は洗練度と一般性を増している。

オアシスロード(RPG) メーカー:アイディアファクトリー/機種:プレイステーション/価格:¥5,800/発売日:'99年2月25日

7 RISING ZAN~THE SAMURAI GUNMAN~

角田秀明　プレイ時間：18時間

バカ&勘違い日本観で楽しませようとする意気込みは分かるものの……。

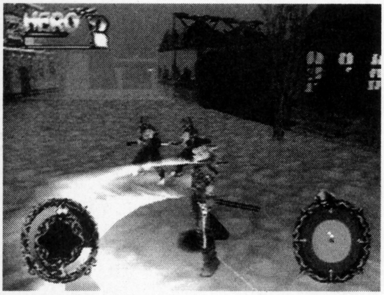
おバカ路線を狙った本作品だが、作り手側が真面目で頭が良すぎたため、やや期待はずれに終わった。

西部劇的なウェスタン風味と曲解ジャパニーズテイストで彩られたACG、それが『ライジングザン』だ。プレイヤーは、日本刀とピストルを使う「生涯無敵流」の使い手・斬となって、悪の組織「虐殺武闘団・邪火龍（ジャッカル）」に立ち向かう……とまぁ、他に類を見ない独特のノリでゲームが展開していく。本作は、いわゆる「バカなノリのゲーム（以下バカゲー）」なのだ。

バカゲーの中には、面白い作品もあるが、『ライジングザン』は、素直には楽しめない内容であった。前にも述べたようなイカれたバックグラウンドを持っていながら、なぜ良質のバカゲーにはならなかったのか？　その理由は、『ライジングザン』のゲーム構成が、あまりにも「バカゲーを狙って」作られているからである。

ゲームの設定に始まり、ステージ中に挿入される「漢（おとこ）イベント」や、ボスを倒した時の演出「トドメ・ファイナル」。そして、主題歌は、アニメソングでお馴染みの影山ヒロノブ氏。このようなゲームを構成する要素がすべて「こういうノリが好きな人だけプレイしてね」という枠で作られているのだ。そのため、ゲームをプレイしていると、制作者に「遊ばされている」感が漂う。これは（悪い意味で）狙って作られた、声優やCG押しで固められたギャルゲーなどと通じるところがあり、プレイする側となると、どこか不快感を感じずにはいられないのだ（ツボにハマれば面白いのだろうが、本作品のセンスは……）。

また、システムに目を向けてみると、視点の切り替えを自分で行うシステムが上手く機能しておらず、ゲームのプレイアビリティを下げる結果になっている。敵をロックオンするシステムを使用すれば、ロックした相手を視界に捉え続けることができるようになるが、これだとロックオンしていない敵の姿が見づらくなり、画面外から攻撃を受けてしまう。このジレンマがプレイヤーに不要なストレスを与えているのである。ゲーム開始時にレクチャーモードが始まる点や、ステージ間に挿入されるデモなど、丁寧に作られている箇所もあるだけに、本作はやや期待はずれに終わってしまった残念なゲームであったといえるだろう。



海外での発売も視野に入れているのだろうが……。

PROFILE

角田秀明（つのだ・ひであき）

アーケードゲームを中心にさまざまなジャンルのゲームに手を染める雑食ライター。バカゲーは、何かひとつだけでも突出して良いシステムなどがあれば、愛をもってプレイすることができるのだが……。

関連作品

大江戸ファイト（格闘ACG）

メーカー：カネコ／機種：アーケード／
発売年度：'94年

もはや伝説となった実写による純和風暗黒大陸対戦格闘ゲーム。地蔵やカッパが乱舞する様は後頭部をバットで殴られたようなインパクト。海外では果たして売れたのでしょうか？

RISING ZAN~THE SAMURAI GUNMAN~ (ACG)　メーカー：ウエップシステム／機種：プレイステーション／価格：¥5,800／発売日：'99年3月25日

GAMESOFT REVIEW

8 ブルースティンガー

B級SF映画のノリや臨場感が楽しい。だが肝心のカメラワークに難あり。

DC初の『アローン イン ザ ダーク（以下AID）』型アクションAVGである本作のウリは、映画のようなカメラワークだ。しかしその結果は……。

天野譲二　プレイ時間：15時間

本作は、主人公エリオットが休暇で訪れていた孤島で、隕石の落下による異変に遭遇。粗野な船長のドッグスと共に、怪物が跋扈するようになった島内を探索する……という『AID』型ゲームだ。

まずプレイして気が付くのは、そのカメラワーク＝プレイヤー視点の奇異さだ。『AID』の亜流『バイオ』は背景を一枚絵にした為に、カメラが固定となって画面が単調になりがちだった。オールポリゴンで制作された本作はその点を意識したのか、ズームアウト／イン、回り込みなどといった視点変更を多用し、DCの表現力の高さに圧倒される。しかしそれは、プレイヤーにはあまりにもうざったるい。崩れる細い鉄骨の上を走り抜けなければいけないときや、狭い室内で敵に取り囲まれたときにカメラが振り回されると、単に見づらいだけだ。従来の『AID』型ゲームの問題点は視点が固定されていたということではなく、見づらい視点になることがある点だと思うが。本作のプレイヤー視点へのこだわりは、結局新しい見づらさを生んだ面が大きい。本作は当初『トゥームレイダー』方式のシステムも検討されていたそうだが、もしそのスタイルだったら、あるいは視点を自由に設定できるシステムで作られていたら爽快な作品に仕上がっていただろう。



もう少し遊びやすければ良かったのだが。

しかしこの点を除けば、本作は実に丁寧に作られている。水中や、何層にも亘る地下通路や空中にそびえ立つ塔を移動する場面は臨場感に溢れる。さらに面白いのが、徹底的にB級SF映画のノリをパクっている点。宇宙空間から孤島にあっという間に舞台がスケールダウンするプロローグ、漫才のような掛け合いや、立ち小便しているとお約束的に後ろからモンスターが現れるイベントは苦笑してしまう。銃だけでなく近接武器が多数用意され、着るとその技が使えるカラテTシャツやスモウTシャツ、振ると「ブウン！」と唸るライトセイバーもどきといった武器は爆笑必至だ。

本来売りとなったカメラワークが逆にデメリットとなった本作。しかしその演出や表現力は新しい『AID』型ゲームの可能性を覗かせている。できることならば、今一度リメイクして欲しい作品だ。

PROFILE
天野譲二（あまの・じょうじ）
1967年生まれ。雑誌編集者兼物書き。セガサターン最後のソフトトトカルチョ、大穴は『モニカの城』『ワーズ・ワース』と予想。HPはhttp://www.tky.3web.ne.jp/~omegaman/

関連作品
アローン イン ザ ダーク（AVG）
メーカー：ポニーキャニオン／機種：3DO／価格：¥7,800／発売日：'94年10月21日
クトゥルフ神話をモチーフとしたアドベンチャーゲーム。各ハードに移植されているが、中でも3DO版は、日本語版の上手さという点で群を抜いている。

ブルースティンガー（ノンストップAVG）　メーカー：セガ／機種：ドリームキャスト／価格：¥5,800／発売日：'99年3月25日

9 北へ。White Illumination

多根清史（BIG☆BURN）　プレイ時間：30時間

恋愛＋旅行の「鬼門」をある意味で打破した一つの回答的作品

旅行と恋愛の融合を図った『北へ。』だが、北海道旅行こそ楽しめるものの、恋愛の方は……。

ことゲームに限っては、旅行と恋愛の相性はすこぶる悪い。理由は単純で、じっくり深めていく恋と、忙しく動き回る旅とは矛盾してしまうからだ。『センチメンタルグラフティ』が失敗した理由は色々あるが、結局は「企画段階からすでに破綻していた」のである。

この鬼門とも見えるジャンルに、ハドソンと広井王子氏の黄金コンビが挑んだ作品が『北へ。』だ。少年は、夏休みを利用して札幌、富良野、小樽といった北海道の街並みを巡り、のびやかな自然を満喫する。旅先で芽生えた想いは、いつしか愛へと育まれ、冬に再び少年を北海道へといざなう。ホワイトイルミネーションの下で、年越しのキスの伝説を確かめるために。



ハドソンのお膝元、北海道がゲームの舞台。

先にも述べた「恋と旅の矛盾」の件だが、実に潔い手法が取られている。なんと、何回移動しようが、時間が全く経過しないのだ。運賃もかからないし、好きなだけ街をさ迷えてしまう。「旅行」のリアリティが、バッサリと削られているのである。

反面、力が入ってるのが、新会話システムの「C・B・S」だ。相手のセリフの途中、合間、同時と3種類の「ブレイク」＝突っ込みを入れることができる。嫌な話題を中断させたり、もう一度聞き返したり、自由度が高いようで、その実あまり高くない。決まったタイミングでブレイクしないと、気まずくなるだけの印象だ。発想は良いのだが、もう少し女の子の反応のバリエーションが欲しいところ。

で、主題歌からして「カニがいっぱい〜ホタテいっぱい」と観光精神フルエキゾーストなのだが、本編にもそれが遺憾なく発揮されすぎている。旧北海道庁に着けば明治時代からの歴史を、温泉に行けば効用をデートの相手が語り、少しは愛も語ってくれ！　と泣きたくなってきた。

システムメニューのガイドブックも、ゲームの進行とは全く関係なく名店を案内してくれる謎アイテムだ。女の子を数人クリアしてみたのだが、どれも「美人のバスガイドさんが連れ歩いてくれたのう」という気がしてならないのは何故？　去年行った北海道パックツアーも、こんな感じだったな……。

PROFILE

多根清史（BIG☆BURN）

ゲームライター。やべ、ヒゲガンダムがカッコ良く見えてきたよ……という同志は手を挙げて〜。『おじゃ魔女どれみ』と『十兵衛ちゃん』を見てれば幸せになれるとは、我ながら燃費のいい人生だこと。

関連作品

センチメンタルグラフティ（恋愛SLG）

メーカー：NECインターチャネル／機種：セガサターン／価格：¥7,500／発売日：'98年1月22日

いろいろな意味で話題を呼んだ、ある意味でセガサターンを代表するギャルゲー。『2』がドリームキャストにて2000年に発売予定だが、果たして？

北へ。White Illumination（恋愛SLG）　メーカー：ハドソン／機種：ドリームキャスト／価格：¥5,800／発売日：'99年3月18日

GAMESOFT REVIEW

10 ポケモンスナップ

人類の深層意識に奥深く眠る「激写魂」を呼び覚ます快作

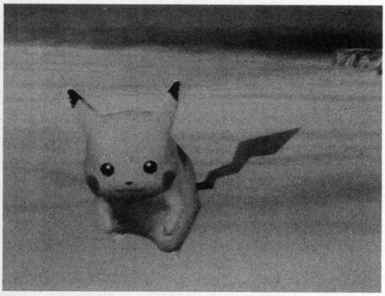
『ポケットモンスター』の世界観から産まれたこのゲームは、プレイヤーに写真を撮る楽しさを教えるだけではなく、再び『ポケモン』へといざなう〝ウロボロスの環〟であった

ボンバー矢部　プレイ時間：13時間

30分プレイしただけでその後2年放りっぱなしの『ポケットモンスター（赤）』を所持し、マイ・カメラは「写ルンです」。そんな人間（ライター）に『ポケモン』をクリアさせ、あまつさえポラロイドカメラを購入させてしまう…。ひとつの事実として、本作にはそれだけのパワーが秘められている。

ゲームの内容じたいは単純で、決められたコースのなかを自動操縦の乗り物で進み、出会うポケモンたちを写真に収めるというもの。ここで面白いのは、目的が「撮影」でありながら、仮に1枚も写真を撮らなくてもゲームオーバーにならない点だ。プレイヤーにゲームシステムを強制しないこと、そこがまず魅力である。

さて、コース中に撮影した写真は、帰還後オーキド博士によって判定される。ポケモンが中央に大きく写っていれば「すばらしい！」と賞賛され、逆に身体が切れていたりすると「イマイチじゃな」とキビシイお言葉。ココがこのゲームのうまいところで〝写真を撮る楽しさだけではなく〝撮った写真をヒトに見せる〟ヨロコビをも刺激しているのだ。そしてそれは最終的に、ユーザーを「自分だけの最高の一枚を撮る！」というニルヴァーナの境地へと導いていく。



写真を集める所有欲をくすぐられる。

もちろん、これにはポケモンたちがていねいに作り込まれていることも大きい。被写体の表情やしぐさが豊かであってこそ、写真を撮るヨロコビが刺激されるのだから。じつのところ、本作をプレイするまでピカチュウしか知らなかったのだが、ポケモンたちのコケティッシュで胸キュンなしぐさに、あたしあたしもうメロメロ…。っていうか、四捨五入すれば30歳だというのにミュウのぬいぐるみを買っちまった。ゲーム性とキャラクターの吸引力が美しいハーモニーを奏で、ポケモンにうとい人をも魅了する旋律へと昇華しているのだ。

登場するポケモンが63種類だけだということ、プリントシールのサービスを5月で打ち切り、本来ポケモンが持っている「トレードの楽しさ」を損なうなど、不満な点もいくつかある。しかし、キャラクター物のワクを超え、〝撮影アクション〟という新ジャンルを切り開いたことは高く評価されるべきだろう。

PROFILE

ボンバー矢部

某誌の企画で、神田川をカヤックで下った。水道橋→秋葉原→両国と進んだら、「警視庁」と書かれた船×2と警察官×6がお出迎え。「逮捕」を覚悟したが、ただの演習だった模様。飲酒運転がバレなくてよかった。

関連作品

ポケットカメラ（ETC）

メーカー：任天堂／機種：ゲームボーイ／価格：¥5,500／発売日：'98年2月21日

ゲームボーイ用のCCDカメラ。撮り込んだ画像でゲームが作れるほか、別売りの「ポケットプリンタ」と接続すれば、プリントシールに出力できる。

ポケモンスナップ（カメラアクション）　メーカー：任天堂／機種：N64／価格：¥6,800／発売日：'99年３月21日

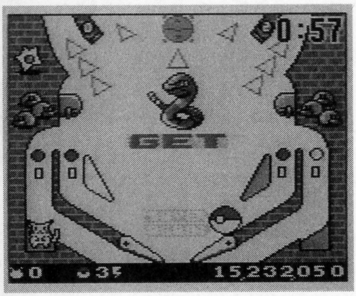
ピンボールとポケモン、2つの遊びの融合と昇華

ピンボールとポケモン、ともすればただのキャラゲーに陥りそうな企画を上手く昇華させた本作品は、見事なポケモンゲームだった。

重田秀一　プレイ時間：60時間

すっかり人気の定着したポケモンに、また新しいゲームが出ました！　そう聞いたときはまだまだ出るのかー。金銀はまだ？　なんて思っていたが、この『ポケモンピンボール』は、なかなか手応えのある熱中させるゲームである。

この『ポケモンピンボール』は、その名の通り打って弾いてハイスコアを競うピンボールゲームに、ポケモン１５０匹＋をＧＥＴするコレクション性を持ち込んだゲームである。ピンボールの役がキャラものになっている台は実機でも数多く見られた。それはきらびやかなハイスコアへの演出であり効果であった。『ポケモンピンボール』も基本的には同じ、いちキャラもの台であるのだが、ポケモン流と言うべきＧＥＴするコレクション性を役として加えたことにより、新しいピンボール感覚を生み出したのである。



苦労してポケモンをGETした時はやっぱり嬉しい。

ピンボールゲームを集中して遊ぶ。それはハイスコアという記録に注がれることがほとんどであり、それゆえに数回プレイしてる内に目的意欲が薄まりがちで、ライト感覚で遊んでいる限り技術的なボールの制球能力はあまり身に付かず、やや持続性に弱い部分があった。しかし、１５０匹＋をＧＥＴという目的はその薄まりがちな目的意欲を強烈にかき立て熱中させる。それは、役を成功させることでポケモンＧＥＴできることにより、ピンボールのハイスコアを目指すためには役を上手く成功させ続けることが非常に大切なのであることをユーザーに自然と感じさせ、ハイスコアラーへのボールの制球能力を身に付けさせていきピンボール本来の面白さも快感として感じさせているのだ。そのことを、カセットの中にポケモンＧＥＴという証がトロフィーのごとく並んでいくことによって、その目的は１５０匹＋集まり終わるまで薄まることなく、ユーザーを魅了し続けているのである。

加えて、この『ポケモン～』はＧＢ初の振動パックソフトであり、携帯ゲーム上で体感する面白さをボールの弾ける感覚でユーザーにわかりやすく伝えたという点でも評価するところである。

ほんとに１５０匹＋ＧＥＴしようと思うと、やや役の作り方に辛いものは感じるが、この『ポケモンピンボール』は、しっかりとした新しいポケモンゲームである。

PROFILE

重田秀一（しげた・しゅういち）

現在ある大手ゲーム会社に勤める造形屋。仕事以外をほとんどゲームに費やしている。いろいろなことを考えさせてくれるゲームにどっぷりとはまりたいと思う今日この頃。

関連作品

ポケットモンスター（RPG）
メーカー：任天堂／機種：ゲームボーイ／価格：¥3,900／発売日：'96年2月27日
発売後３年を経た今でも勢いの衰えない怪物ゲーム。ポケモンを卒業していくユーザーがいる一方で、新しく下から入ってくる子供たちがいる。「ポケモン世代」を生むか？

ポケモンピンボール（TBG）　メーカー：任天堂／機種：ゲームボーイ／価格：¥3,800／発売日：'99年4月14日

GAMESOFT REVIEW

12 ベストプレープロ野球

玄人プロ野球ファンを唸らせる薗部マジックはWIN版でも健在

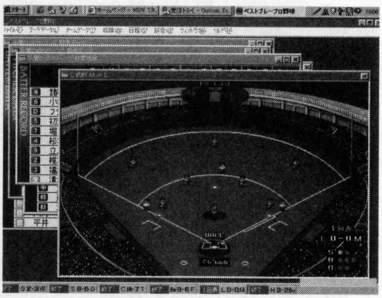
7年間の沈黙を経てついに発売されたWIN版ベスプレ。時代におもねらない内容はまさに旧来のファンを唸らせるものだった。

落合修一　プレイ時間：150時間

野球は「もしも」のゲームである。どこに投げるか、バットを出すか出さないか、バットに当たるか当たらないか、1球ごとに選択肢が分かれ、それを何百回も積み重ねた結果がスコアになる。「もしも自分が監督だったら、あの場面では代打を出したのに……」。

野球ファンなら、誰もが一度は夢想したことがあるだろう。『ベストプレー～』は、そんな「もしも」を叶えてくれるゲームだ。

このゲームの一番の魅力といえば、やはり自由度の高さである。他の野球SLGだと、もともと入っている選手個人の能力に、「ええ、これは違うだろう」とどうしても不満が残ることがある。だが、『ベストプレー』ならその点は好きなように変更できる。1度買えば、毎年自分で新戦力を付け足したりするのも可能なので、これ1つあれば永遠にプレーすることができる。私は以前、制作者の薗部さんに取材する機会があり、その際に「今後はこまめに続編を出す」とおっしゃっていたが、果たして売れるのかどうか（買うけど）。


WIN版らしく数々のデータを試合中に参照できる。

さらに、このゲームの素晴らしい点は、数字が現実的で破綻しないところだ。四番打者ばかり集めても135連勝はできないし、長打力などの能力をどんなに高く設定した選手を作っても、ホームランを70本打つことはまずありえない（だから現実のマグワイアはすごいとも言えるのだが）。私は週刊ベースボール編集部に所属しており、リアル指向の野球ゲームを好むため、これには参った。

実は、私がこのゲームをする時は、MANモードでしかもオリジナルチームを12球団（「大学の友人チーム」とか「高校の友人チーム」とか）作って遊んでいる。もともと私は、小学生の頃から雑誌の付録の指ではじくような紙の野球盤で、そういうリーグ戦をやって打順も決めてノートに記録を取るのを密かな楽しみとしていた。そういう自分の作った選手たちが、ペナントレースが進むにつれて数字が蓄積されて「打率・280、20本塁打、80打点」などと、「私が最初に想像した、その選手のイメージ」に近付いていく過程が何とも楽しい。

というわけで、これは、マニアックな野球ファンほどハマってしまう、麻薬のようなゲームなのだ。

PROFILE

落合修一（おちあい・しゅういち）

1974年東京生まれ。CICカナダ国際大学卒。現在は週刊ベースボール編集部で千葉ロッテマリーンズと大リーグ担当。『秘書メケメケ』として「水道橋広聴委員会」などの読者のページにも登場している。

関連作品

プロ野球チームも作ろう（SLG）

メーカー：セガ／機種：セガサターン／価格：¥5,800／発売日：'98年2月19日

『ベスプレ』が「ペナントレースシミュレータ」なら、こちらは球団オーナーシミュレータ。何十年にも渡って監督や選手を率い、明日の優勝を信じて戦っていく。DC版も期待。

ベストプレープロ野球（SLG）　メーカー：アスキー／機種：Win95/98／価格：¥9,500／発売日：'99年3月5日

ゲームソフト批評特別編

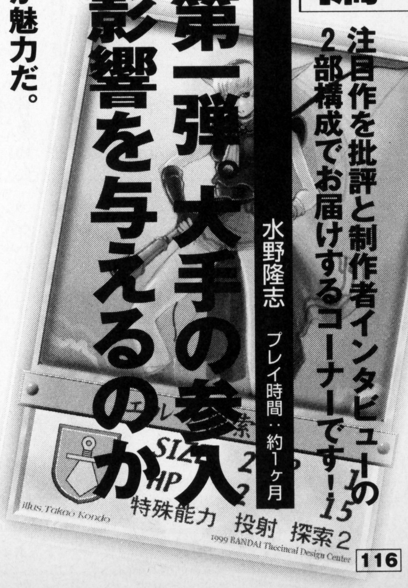
ザ・トレジャー オブ ゲノム

バンダイのネットゲーム第一弾。大手の参入は業界の未来にどんな影響を与えるのか

「手軽さ」と「わかりやすさ」が特徴。ビギナーでも十分に楽しめる、シンプルなシステムが魅力だ。

注目作を批評と制作者インタビューの2部構成でお届けするコーナーです！

水野隆志　プレイ時間：約1ヶ月



短時間でプレイできる手軽なネット対戦ゲーム

『ザ・トレジャー オブ ゲノム』（以下、TG）』は、玩具メーカーのバンダイが開いている娯楽用のホームページ「ララビット」上でプレイできる、セミリアルタイムのマルチ対戦型ゲームである。

プレイヤーは、ファンタジーワールドの冒険者となり、舞台となる島々のどこかに隠されたという伝説の財宝を巡って、激しい争奪戦を繰り広げることになる。

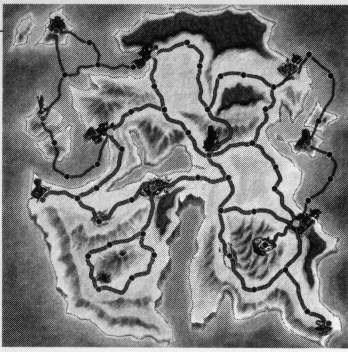
ゲームの全体的な雰囲気は、カードや駒などを用いる往年のボードゲームに似ている。数十のポイントがネットワーク状に繋がったマップ上で、自分のパーティを動かし、発掘や戦闘を行っていくのだ。

もっとも、いちいち細かい指示を出す必要はない。最初にパーティを編成し、探索するルートを定めれば、後はすべて15分おきにオート処理で行われ、その結果がレポートという形式で記録されていく。準備にかかる時間はものの数分なので、それ以降は通信を切っておいても大丈夫。時々サイトを覗いては、自分のキャラクターや周囲の状況を確かめて行動指針を変更していけばいいのである。要求されるマシンスペックも極めて低いので、本当にちょっとした時間があれば、プレイできる。学校や会社の休憩時間に接続して、帰ってから結果を見るといった遊び方もできるのだ。

一見すると、シンプルすぎて、遊び甲斐がないと思われるかもしれないが、決してそんなことはない。パーティ編成やルート取りの組み合わせ等によってプレイスタイルが幾通りも出てくるため、いろいろと趣向を変えながら、長く遊んでいくことができるのである。

駆け引きの源、パーティ＝「デッキ」編成

『TG』にエントリーしたプレイヤーは、まず「デッキ」を組むことから始めることになる。「デッキ」と聞くと、最近のカードゲームを連想して、引いてしまう人もいるかもしれないが、『TG』では、探索用のパーティのことを指し、作成方法も手持ちのカードから9枚を選び、画面上に表示された3×3のスペースに配列していくだけ。中央には、乗用車と財


冒険の舞台となる島は現在4島。今後増加する予定だ。

宝の運搬車を兼ねる「ビークル」を置き、周囲を8人のキャラクターたちで固める。それぞれ、戦闘、発掘、強奪などの能力が異なるので、周囲にどんなキャラクターを配するかで、デッキの能力は大きく異なってくるのだ。

デッキができたら、探索ルートを決定する。この時、重要なのが、財宝が埋まっている「埋蔵ポイント」と、入手した財宝を保管する「保管ポイント」のふたつだ。

ゲームは、埋蔵ポイントで財宝を見つけ出し、それを保管ポイントに蓄えていくということを繰り返して進んでいく。首尾よく財宝を持ち帰れば、それを使い、新しいカードを購入するなどして、デッキを強化していくことができる。ただし、運搬中に他のプレイヤーに遭うと戦闘が発生し、場合によっては財宝を奪われてしまうこともあり得るのだ。

ここで、デッキの個性が影響してくる。例えば、発掘主体のデッキを組んでいると、財宝の発見確率は上昇するが、運搬中に強奪される危険も増してしまう。一方、強奪重視のデッキだと、他人の財宝は奪えても、自分では財宝が発見できなくなる。戦闘で勝てるデッキを作るには、デッキの強化が不可欠であるから、いきなり強奪デッキを組んでも勝率は大して高くないのだ。

こうしたシステムを反映して、優秀者のランキングも、タイプごとに発表され、自分の好みのプレイスタイルで楽しむことができるのである。

純粋なカードゲームではないので、カードのトレーディングはできないが（「競売」は可能）、それによって、最近のカードゲームが陥りがちだった、金と時間を多くかけたほうが、即座に有利に直結する、という悪癖がクリアされている。コアなユーザーには物足りなさを感じるかもしれないが、シンプルなシステムで、ベテランとビギナーの差を詰めたのは、参加ユーザーの枠を広げる、優れた判断であったといえるだろう。

インターネットゲームの未来への影響力

『TG』に関して、もうひとつ忘れてはならないのは、バンダイという大手メーカーがネットゲームに参入してきたということだ。

コンピュータネットを使ったゲームは、アメリカでは、昔からけっこうたくさん存在していたが、日本では、あまりメジャーな分野とはいえず、仮にネット対戦ができても、普通のソフトの副機能ということが多かった。WINDOWS95が普及し始めた'96年には、通信専用RPGと銘打たれた『エクスリユージョン』が登場したが、悲しいかな、ほとんど話題にならずに消えてしまった。

通信ゲームに関する日米の認識の違いは、32ビット機以降のコンシューマ機に関して、執拗について回る通信機能がなぜ浸透しないのか、という問題と密接に繋がっている。日本では、メーカーが望むほど、まだ「インターネットでゲームを遊ぶ」という文化が成長していないのだ。

この点において、バンダイクラスが成功を収めるか否かは、業界全体の動向に影響するといえよう。過去何度も立ち上げようとして、そのたびに挫折が繰り広げられたコンピュータネットゲーム。『TG』は、その未来を占う重要な一翼を担っているのかもしれない。

PROFILE

水野隆志（みずの・たかし）

ネットワークゲームも悪くはないのだが、相手が眼前にいないと思うと、平気で不埒な真似をする輩が多いのにはうんざりする。最近は良識派が増えているが、まだ死滅していない。まったく、唾棄すべき奴らだ。

関連作品

エクスリュージョン（Web）

メーカー：オークスヘブン／機種：PC-9801VM以降／価格：¥15（1分）／開局：'96年9月22日

架空空間の住人を登録して、そこでの生活と冒険を楽しむファンタジーRPG。ネットワークに注目が向き始めた直後の企画で、着眼点はよかったが、ほとんど話題にならなかった。

The Treasure of GENUM（Web）

メーカー：バンダイ／機種：Webブラウザ／価格：¥500（1ヶ月・最初の1ヶ月は無料）／開局：'99年3月中旬



The Treasure of GENUM 制作スタッフインタビュー

ブラウザのみで遊べる新世代のネットゲーム『The Treasure of GENUM』。制作者達にその魅力と狙いを聞いた。

間口の広いネットゲームを

——まず、『ザ・トレジャー オブ ゲノム（以下、ＴＧ）』の制作コンセプトからお聞かせ下さい。

仲山：ライトユーザーの方でも十分楽しめるネットゲームというのが最大のコンセプトですね。一般にネットゲームというと、いろいろとユーザーの負荷が大きいので、その辺りをゲームシステム的に解決して、たくさんの人に遊んでもらえるゲーム作りを目指したわけです。

関口：加えて、短時間で遊べること、ハードウェアをあまり特定しないことの二つがあります。

岡田：プレー環境はブラウザベースですから、ＤＣでもプレイできます。今はまだＤＣユーザーは全ユーザーの２％程ですが。

仲山：ユーザーさんの反応では、時間の空いた時に手軽にプレイできるところが評価されてるみたいですね。嬉しいことです。あとは５月から有料になりますので、そこがどうなるのか。期待もあり、不安もありですね。

——それでも、かなり低料金を設定されていらっしゃいますが。

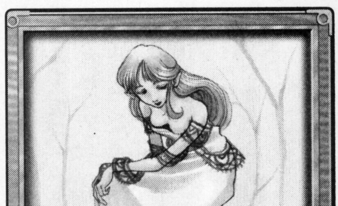
岡田：私どももネットでのビジネスは初めての試みなので、比較的低料金に設定してみようと。

——私どもからみれば赤字覚悟という印象があるのですが、何か企業的な意図があるのでしょうか？

岡田：そうですね、収益よりも、ゲームソフトを購入しなくてもインターネットだけで遊べるゲームがある、それをバンダイがやっている、ということをユーザーさん側に認知してもらうことが第一なんです。まだ日本では、欧米のようにネットゲーマーがたくさんいるというわけじゃありません。是非、我々の手でネットゲームの面白さを普及させたいんですよ。

関口：バンダイのホームページのユーザーは、意外とお子さんが多いんです。『ＴＧ』も比較的若い人が多くて、そういったこれからの世代の人達のインターネットに対する敷居を下げていくことは、将来私どものビジネスにも深く関わってきますから。

仲山：そういったことも踏まえて、企画段階から、ある程度コアなユーザーさんとビギナーが共存できるゲームを目指して作ってきたんです。



ゲームの構成要素たるカード。収集意欲がかきたてられる。

『ザ・トレジャー オブ ゲノム』
http://tdc10.channel.or.jp/tg2m/
１ヶ月間無料お試し期間実施中！

「ララビットエンタテイメントウェブ」
http://www.lalabit.com/

コアユーザーとビギナーが共存できるゲームシステム

岡田：当初は、ユーザー同士でチームを組む等、色々な面白い案があったんですけど、後から入ってきた人に不利な環境ができてしまうものはあえて外しました。重要となるカードバランスには社内と無料公開を合わせて約2年かけて調整しています。カード資産が少ない方でも、初期デッキでそこそこ通用しますし、共存というところではある程度は達成できたかと思います。

関口：アイテムも、全世界にばらまかれ、あっちこっち掘らないと集まらないように作ってあります。さらに、途中で強奪される可能性も大きいですし。

――なるほど、プレイ時間の長短で、あまり差が出ないようになっているんですね。

仲山：コアなカードゲームユーザーさんには、デッキは50枚くらいないと物足りないという方も多いのですが、セミリアルタイムという部分も考えて、デッキ構成に時間がかからないように、あえて画面上で一覧できる範囲に留めたんです。

岡田：それでも、やはりベテランだと、こっちの想定しないやり方を見つけちゃうんですが（笑）。でも、それぐらいは楽しみの範疇かなという感じがします。

――今、ユーザーさんはどのくらいいらっしゃるんですか。

仲山：公開してから、約1ヶ月で、2000人を超えた状態です。次第に増えています。最高1万人まででは対応できると思います。

――人数を求めるなら、キャラクター物のほうが強かった気もしますが、あえてオリジナルワールドにした理由はあるんですか。

加茂下：簡単に言うと著作権の問題です。もうそれが一番ですね。でも、思っていた以上にテスト段階でオリジナルワールドの反応が良かったんです。逆に色が着いたユーザーが来るよりも、間口が広げられますからね。

仲山：まあ、オリジナルワールドといっても、よくある剣と魔法の世界ですが。若干バックグラウンドやストーリーが匂ってくる程度のものを作ったので、そこからキャラクターを作りだしていくのも、今後はできるのではないかと。

岡田：ネットをメディアとして利用して発進できることを知らしめて、ウチの得意とする二次利用のビジネスに結び付けることができれば大成功ですよ。

――つまり、ネットを、媒体としてテレビなどと同じ位置づけにするわけですね。

加茂下：まぁ、長い目で見てです。そんな簡単にいきませんが（笑）

――今後、何か展開していく予定はありますか。

仲山：セミリアルタイムシステムのゲームを、年内に2本公開する予定になっています。詳しくは、まだお話しできませんが、「ララビット」（バンダイ監修のサイト）上で告知していきますので、楽しみにしていて下さい。もちろん『TG』も、毎月イベントを起こしていきますし、ユーザーの方と連動したいろいろな盛り上げ方を考えています。是非ご期待下さい。

――本日はありがとうございました。

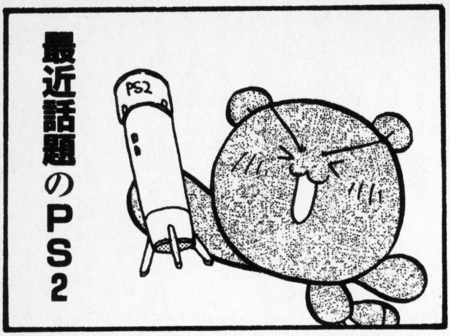
（聞き手・構成／水野隆志）

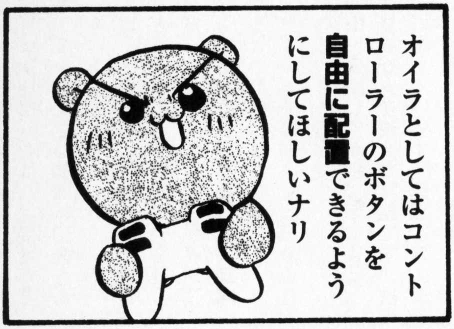


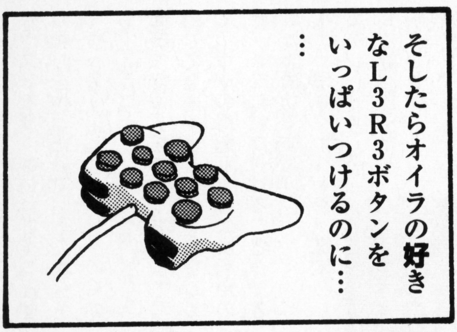
左から関口昌隆氏（開発本部ニュープロパティ開発部ネットワークビジネス課）
岡田洋氏（ニュープロパティ開発部テクニカルデザインセンター担当係長）
加茂下哲夫氏（開発本部ニュープロパティ開発部ネットワークビジネス課係長）
仲山拓也氏（ニュープロパティ開発部テクニカルデザインセンター主任）

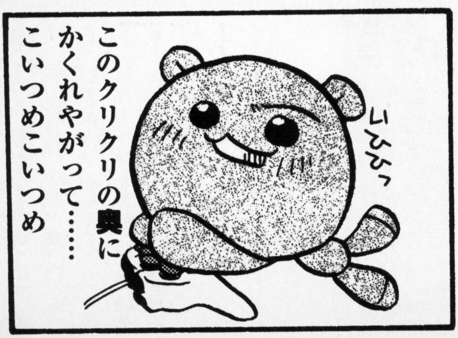
突発マンガ

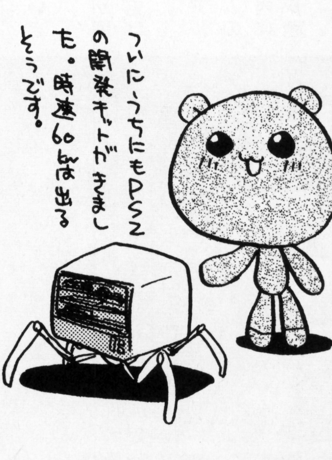
前田天国











太田虎一郎

突発マンガ　前田天国


お・ま・か・せっ
せいばーずっっ
あれから3年……
ついにFEELの復活だーっ!!
——って、あれ？
飯田は……？
うぬぬぬ……またもゲイツのしわざか……
あ、とれた
バキッ
そっかモデムか……
忘れてたよ
てへっ

メルヘン読者コーナー
~水の星へ愛をこめて~

読者あっての本ですから



小野新編集長惨状じゃなくて参上!!

○皆様こんにちは～。今回から読者コーナーを担当することになった天使子です。どうかお手柔らかにお願いしま～す。そして……。

◎ウイッス。アシスタントの堕天使くんです。なんかよく分かんないけど、まぁ適当に頑張っちゃうぞ暁の岩礁。

○（うグ……なんでこんなガキがアシスタントなの……）と、とりあえず、新生読者コーナーのスタートです。

★マリンスタジアムって客が全然来なくて、売り子さんナンパし放題らしいですね。という訳で小野さん復帰おめでとうございます。

（大阪府　みかえら）

★ヘッドが代わってもフェイドアウトしないで下さい。新編集長（ダレか想像つきますが……）のテーマがサバスの「アイアンマン」じゃ不安だ……。

（群馬県　風の中のマリー）

★次期編集長は小野さんですか？　そして「街で見かけた」シリーズがカラー化4ページに!?うわーん、そんなの……ちょっといいかも。

（東京都　みきぷー）

★「街みか」は復活しないで下さい。

（愛知県　トム）

★小野新編集長を追放して、ゲームが好きでゲームの未来を考えている人を新しく編集長にして下さい。

（新潟県　デニー安藤）

○なんか新編集長の正体、バレバレだったね。

◎そりゃあバレるよ。ちなみに小野新編集長は真剣に「広川太一郎インタビュー」を企画検討していたそうだよ夕陽の中で君は。

★新編集長がタカシ●ツヨシって本当スか!?

（茨城県　今夜も急ぎ働き）

○違うってば。



（東京都　守山いつか）

○セガサターンはまだまだ死にませんよ！（天使子ちゃん）

★26号はGBの『エックス』とか、『忍者くん』とか、『グラⅡ』とか、あげくMSXの『TZR』まで。なんだかノスタルジアでいいなぁ。全部分かる自分がイヤだが。

（宮城県　くらむじぃ）

○そうそう、私が好きだったのは『モトクロスマニアックス』。あの絶妙なニトロの配置がねー。あとMSXといえば『イーガー皇帝の逆襲』『けっきょく南極大冒険』とかコナミゲーがアツかったよね～。

◎へぇー妙に詳しいねぇ……おねーさん、トシいくつなの終末の過ごし方？

○ギグゥ！　え、え～と、次のお便りは、と……。

◎上手く誤魔化したねフィルムノワール。



（倉敷市　虹川章）
◎忍……フッフッフ……幻影戦隊。
（堕天使くん）

同性・ウジ・業　そして西遊記……

★26号の笙田魚介さんへ。「抱かれたいゲームクリエイター」というアンケートなら、1年くらい前にゲームショウでファミ通がとってましたよ。「またバカな質問を……」とか思いつつも、何の迷いもなく「金子一馬様」と書いておきました。いや、テクニシャンそうなので（笑）。

（東京都　C．K．R．）

○テクニシャンかぁ……って、やだこの人、男よ男！

◎おねーさん、なに照れてるのカウボーイベイベ～？

★天井裏のネズミがうるさい。ある日、天井板の隙間の穴から、ネズミの死骸を糧としたのであろう、ウジが顔を出した。即、殺して、その穴は木工ボンドで埋めた。我が家は『サイレントヒル』よりイケてますよね。

（山口県　犬びたし）

◎いや、むしろ『羅刹の剣』並みに露出が少なかったでしょうチューして……。

○わけ分かんないこと言わないの！

★『FFⅧ』で必ずパーティにキスティスを入れている息子。理由を問うと「キスティスは先生だから、いろいろ教えてくれそう」と答える。6歳にして業の深い奴。

（東京都　主婦道ブレード）

◎（突然目を輝かせ、野太い声で）業。フッフッフ。いい言葉だ。あなたの息子さんが業の深まった立派な大人に育ちますようにKanon！

○うーん、なんか、嫌。

★質問！　バップから発売された『元祖西遊記　スーパーモンキー大冒険』（ファミコン）、クリアした事ありますか？　ボクはあります。

（神奈川県　036）

◎ボクもありますヨこみっくパーティー。

○だから嘘つかないの！　このゲーム、やったことある？　オープニングも何もないわ、パーティの移動は遅いわ、アクションシーンでの当たり判定はメチャクチャだわ、悟空以外も金斗雲使うわで、挙げ句の果てにどこに行っていいのか分からず水と食料が尽きて「ああしんじゃった」文字が！　とにかく凄いゲームなのよ～！

◎おねーさん、本当にトシいくつなのひかりの中で抱きしめて？

○え、そのあの……やだもう本当にこの子ったら。ハッハッハ。というわけで、新生読者コーナー第一回目、いかがだったでしょーか？　次回もよろしくお願いしま～す。

◎笑顔が引きつってるよ夏の終わりに……。

○…………銀のエンゼルマークパーンチ！（ドギャス！）

◎ばべくー！



（東京都　「反」改め非・某四角のカオルノ）○メケメケ感がなんともうーポヨヨーン！（天使子ちゃん）

堕天使くんの読者お悩み相談室パート3……みんなの悩みをボクが解決してあげるよ。悩みの内容をハガキに書いて「ゲーム批評読者コーナー　堕天使くんの読者お悩み相談室パート3」係まで送ってねメイドねこさんはいかがですか？

読者による批評のページ

Reader's Critique

読者だからわかることもあるし、読者にしかわからないこともある。そんな「読者による批評」が満載のこのコーナー。新しい批評眼に触れてみませんか？

と、いうわけで新編集長兼"Reader's Critique"の元締め否胴元否総番否担当者となった小野さんです。「読者ニヨル批評ノページ」のリニューアルに伴い、コーナータイトルも変更してみたのですがいかがでしょう。

"Critique"とは英語で批評文の意味。読者だからわかる、生きの良い批評が今月も満載です。それでは最初の批評から。

メダルゲームの新機軸『ヤッターマン』

1年ほど前アーケードに登場し、かなりのヒットを飛ばして、今ではほとんどの大型店で見かけるようになったゲームがある。え？『ビートマニア』？　違う違う。もっと店の奥の方、競馬やビンゴなどのマスメダルに混じって、威風堂々とドームの中に鎮座する巨大なヤッターワンが見えないか？　それが'98年にセガから発売された『ヤッターマン』だ。

アーケードにおけるメダル機はスロットマシンを祖としており、更にたどればカジノに行き着く。つまりはギャンブルだ。ゆえに、どれほど凝っていようと付加される「ゲーム性」は、その大元である「ギャンブル性」を殺さないよう、単純かつ勝敗がはっきりと出るものに収束されていく。この原則に従い、メダルゲームはアーケードをラスベガスにすべく「シンプル＆ゴージャス」というコンセプトのもとに進化を遂げてきた。

ところがこの『ヤッターマン』、まったくシンプルに見えない。とにかくメダル投入からリターンまでが、馬鹿馬鹿しいまでに凝った段階的ギミックによって構成されているのだ。メダルガンから打ち出されたメダルはくるくると回転しながらフィールドを走り、観覧車のように回転するゴンドラに乗って機械の中へ。そこから液晶画面内でのミニゲームを経て、ジャックポットでは中央の巨大ヤッターワンから大量のメダルが吐き出されるという仕掛けだ。そして、その過程のすべては、これまた馬鹿馬鹿しいまでのヤッターマンカラーで統一されている。メダルを打ち出す銃はヤッターガン、目の前で光っているドクロボタンを押せば「ポチっとな」というお馴染みの台詞と共にフィールドが持ち上がり、ミニゲームで金貨を取ればもうかりマンモスからメダルが出てきて、その隣ではおだてブタが木に登っている。ジャックポットに至っては原作そのままのアニメーションが音声入りで展開されるという豪勢ぶりだ。

だがじっくりプレイしてみると、個々のフューチャーは非常にシンプルな物だとわかる。フィールド上をメダルが「走る」というギミックのために、メダルを「回転させる」という発想と、それを実現させるメダルガンの機構。フィールド上にたまったメダルを無駄にしないためのドクロボタン。「狙う」要素を明確にするためのゴンドラの存在。すべてのギミックは精密に計算され、限られたスペース内で完成されたジグソーパズルのように無駄なく結合して、ひとつのゲームとして機能している。そしてそれらの要素を支えるのが、セガが10年余に渡って蓄積

ヤッターマン（メダル）　メーカー：セガ／機種／アーケード／発売年度'97年

してきた芸術的なまでの設計技術なのだ。ヤッターワンの口から放物線を描いて手元に吸い込まれるメダルの軌跡は、見ていて素直に美しいと思わせるだけの説得力がある。また、試しに二人で仲良く長椅子に腰掛けてプレイしてみよう（いや、男同士はやめた方が良い）。メダルをよく見ようとしてフィールドを覗き込むと、ちょうど二人で肩を抱き合うようになる絶妙の位置と角度でメダルガンが設置されている。この機械が円筒形をしているのは、ヤッターワンをよく見せる他にも理由があることがわかるだろう。その横にさりげなく設けられたカップを置くための窪みも心憎い。他に別フューチャーとして他席のプレイヤーと競争するミニゲームまで用意されており、新しい形でのコミュニケーションツールといった要素まで取り入れているのだ。

　これらの要素から導き出される答えは何か？　それこそが従来型メダルゲームのセオリーをうち破る「ゲーム性」と「ギャンブル性」の主従逆転なのだ。例えばプッシャー機（メダル落とし）は「賭ける」という要素が希薄で「メダルを玩具にして遊ぶ」という感が強い。この『ヤッターマン』はそれを一歩前進させ、メダルを使った新しい遊び方を提示していると言えるだろう。そしてそれを立証するかのように、このゲーム、実はあまりメダルが増えない。「大丈夫なのか？」と心配になるくらいジャックポットがつきまくるのだが、粘っていると結局手元に残らないようにうまく作られている。「賭ける」メダルから「遊ぶ」メダルへ。「勝負」の空間から「娯楽」の空間へ。このゲームがもたらした、あるいはもたらそうとしている変化は、現在のアーケードの空気をそのまま体現しているようにも思える。

　思えば'98年は変化の年でもあった。対戦格闘とプリクラの衰退によりアーケードが斜陽化する中で、生まれるべくして生まれた音楽ゲームがヒットし、その陰で進行したプライズの大型化・高級化と相まって否応なしに客質、ひいては施設の変化を促した。その中で産声を上げた『ヤッターマン』は、過去のノウハウを職人芸的繊細さで再構築し、さらにキャラクター性でデコレートすることにより生まれた定石破りの異端児といえるだろう。だが、このゲームのヒットでメダルゲームに新しい流れができたこともまた事実なのだ。変わり続けるアーケードの中で、この流れは次に何を生み出すのか。そんな変化のありようを、今日もヤッターワンは静かに見つめている。　（愛媛県　海田徹郎）

本誌では珍しいメダルゲームの批評です。題材がユニークなことと、分析力が高く説得力があるので掲載しました。俗にアーケードは「ビデオゲーム」「景品ゲーム」「メダルゲーム」が3本柱と言われますが、ビデオゲームに比べて残りの2者の影が薄いのも事実。しかしアーケードの重要な収入源で、そこにはプロの技術がきちんと注ぎ込まれているんですね。

『ポケモンスナップ』はシューティングである！

『ポケモンスナップ』はプレイヤーがポケモン・カメラマンとなって、フィールド上にいる様々なポケモンを撮影していく、任天堂の新機軸ゲームである。一応カメラアクションと銘打たれているから、このゲームはアクションゲームと捉えられている。しかし、僕はこのゲームをプレイするうちに「これは全く新しい『シューティングゲーム』じゃないのか？」と思った。『ポケモンスナップ』にはＳＴＧで使われている要素が幾つも散りばめられているからだ。

　このゲームのポケモンたちは決まったパターンで動いている。何度もプレイすれば、どこでどのポケモンが出てくるのかわかる。これはＳＴＧによくある要素だ。さらに撮った写真は点数で評価される。ちょうど良い大きさ、位置で撮らなければ高得点を得ることはできない。得点を競うのはＳＴＧの重要な要素である。弾を撃つか写真で撮るかの違いはあるが、ハイスコアを狙う遊び方はＳＴＧと共通している（この方向性はクリア後のスコアアタックにより、さらに強力なものとなる）。

ポケモンスナップ（カメラアクション）　メーカー：任天堂／機種：N64／価格：¥6,800／発売日：'99年3月21日

また「どうぐ」の使い方にもSTGと共通するものがある。ポケモンフードなどの手投げ系はまさに3DSTGだし、撮影したり「どうぐ」を使うことで隠れたポケモンや高得点のポケモン（ポーズを含む）を出す要素はSTGでもけっこう使われている。

　このようにSTGと言っても良い『ポケモンスナップ』だが、このゲームは既存のSTGへのアンチテーゼではないかと、僕は思う。『ポケモンスナップ』では自分がやられることはないし、シビアな操作もあまりいらない。ただパターンを覚え、「どうぐ」を使い、ポケモンを撮影し、得点を稼ぐだけだ。でも楽しいのだ。パターンを覚えることも、ポケモンを誘導することも、特典を稼ぐことも。それは他の煩わしい要素がないからだ（さらに得点が低くても自分の好きなシーンを保存できるオマケがついているのもニクイ）。

　一方、現在の伝統的なSTGは、インカムを稼ぐためかもしれないが、異様なまでに難易度が高くなっている。マニアはともかく、普通の人には太刀打ちできない代物になっている。これでは衰退するのは当然だ。

　『ポケモンスナップ』はカメラという題材を用いてSTGの悪しき部分を捨てることに成功し、さらに新しい楽しさを付加させることにも成功した、素晴らしい作品である。新しいタイプの作品とか、マンネリズムを打破するためのヒントは、以外と簡単なところに転がっているのかもしれない。

（神奈川県　深谷俊臣）

これまた斬新な視点からの『ポケモンスナップ』評です。なるほど「写真撮影ゲーム」も、STGファンからはこのように見えるのですね。意識の外からの不意打ちに、思わずたじろいで掲載してしまいました。批評とは影絵のような物で、光源の位置で映る影も違います。もちろん批評のための批評になっては意味がありませんが、影の形を良いとか悪いとか言うのもナンセンスですよね。重要なのは鋭い視点と説得力ある論理展開。皆さんも、普段の視点をちょっとずらしてみませんか？

『ゼルダ64』を遊んでなぜゲンナリしたか

ゲームの世界には、1つの暗黙の了解があった。TVゲームの世界が2Dのドット絵で描かれていた頃、そこは誰が見ても現実とは違う場所だった。したがってそこに働いている法則が現実とは違う物でも納得できた。登れない木があっても、橋からしか渡れない川があっても、理不尽と感じずに受け入れることができたのだ。

　ところが最近になって、それを否定するゲームが生まれつつある。『天誅』もその1つだ。このゲームの魅力は、リアリティを追求することから生まれた「自由度の高さ」にある。このゲーム、とにかく何でもできるのだ。道行く一般人を斬り殺すこともできるし、爆殺することもできる。誰でも良いから川に引きずり込めば溺れ死ぬし（なんか殺すことばっかだけど）、ステージのボスですらちゃんと溺れ死ぬ（その後の展開がちょっと悲しいが……）。乗れそうな所には乗れ、入れそうな所には入れ、行けそうな場所には行くことができる。『天誅』の中には、狭いながらも完成された世界があったのだ。そこではやりたいと思ったことができて、当たり前のリアクションが返ってくる。たったそれだけのことなのに面白いこと！　笑えること！　正直言って、生まれて初めてポリゴンという技術の素晴らしさを実感した。

　そして『ゼルダ64』の発売である。大好きな『ゼルダ』と3D世界との出会い。僕は期待した。当然発売日に買い、寝る間も惜しんでやった。ところがやればやるほど、頭の上で増えていく？マーク。たまっていくイライラ。それらは結局クリアするまで消えることはなかった。もちろん良いところも沢山ある。だがそれは様々な媒体で既に語られているので今さら書く必要はないと思う。ここでは、僕がこのゲームを遊んで感じた憤りと危機感の、理由と意味とを知って貰いたい。

　結論から言ってしまおう。僕は『ゼルダの伝説』というゲームがやりたかったのではない。自分自

ゼルダの伝説64 時のオカリナ　メーカー：任天堂／機種：N64／価格：¥6,800／発売日：'98年11月21日

身がリンクとなって、壮大な冒険の旅に出たかったのだ。だからナビィが「Cボタンを押して…」などと口走った時にはゲンナリしたし、木でできた物にフックショットを当てて金属音がしたときにはとても嫌な気分になった。どう見ても子供リンクが入れそうな大きさの柵の隙間に、透明な壁があることにイライラした。火矢でも爆弾でもびくともしなかったトラップが、ディンの炎で燃えたときには、怒りすらこみ上げた。ここではこのアイテムを使ってください、ここではこのアクションを駆使してください。まるでそう書いてあるかのように、ありありと制作者の意図が感じられる謎に出会ったとき、それまでのやる気が一気に失せたのだ。僕は胃潰瘍になりそうだった。原因は明確だ。そう、ゲームが2Dでしか表現できなかった時代に生まれた暗黙の了解が、このゲームではまだまだ現役だったのだ。しかも悲しいかな、ポリゴンという表現方法と相まって、その理不尽さは明確な存在感を持っていた。

別に現実にできることはすべてできるようにしろ、とは言ってない。ただ、見た目と実際にできることのギャップをできるだけなくして欲しかったのだ。例えば操作説明はただの解説文として表示すればいい（実際にそうした部分もあった）。せめて木が相手ならすべてにフックショットが引っかかるようにしても、ゲーム性が大きく壊れるようなことはなかったはずだ。そして謎解きの方法が、常に幾つかあってもいいはずなのだ。それが駄目なら、無理のない見た目にすればいい。石化してしまったような、堅そうな木にするとか、到底リンクが入れそうにない小さな隙間にするとか……。

小さな所に気を配って少しずつ現実とのギャップを埋めていくのは、3Dの世界を構築する上で絶対に必要な作業だと思う。だがそれができているゲームは、特に日本ではあまり少ない。グラフィックの表現力が上がった真の意味を、制作者はもっと真剣に考えなければいけないのではないか。

（愛知県　シモヤジルシ）

なかなか鋭い指摘ですね。その昔ゲームとは記号化を前提としたルールの世界でした。しかしハードの表現力が増すと、ゲームの記号性が揺らいで、様々な約束事が通用しなくなる。これは大問題です。でも一方で、表現力が増して記号性が薄まったことで、ゲームが一般層を取り込んできたことも事実だと思います。個人的に『ゼルダ64』は楽しく遊びましたが『トゥームレイダー』のようなゲームが好きな人には、辛いかなと感じたのも事実です。ゲームの記号性はどこへいくのか、これから数年間は模索の時代が続くかもしれません。

さて、今回から開催の予定だった「ライター道場」。編集部でテーマを決めて原稿を募集し、優秀作品は誌面に掲載。3作品掲載されたら本誌ソフト批評で原稿を依頼し、反応が良ければレギュラーに、というシステムです。栄えある第1回のテーマは「RPGの本質とは」「対戦ゲームの美学」でしたが……残念ながら該当者なしという結果になりました。寄せられた原稿はRPG16通、対戦ゲーム3通。特にRPG論を借りたドラクエ&FF論が目立ちました。「私の思うRPGの本質とは＊＊だ。ゆえに『ドラクエ』(FF)は〜」という内容で、本来の趣旨とずれてしまったのが残念です。またRPGの本質は役割演技で、TRPGや『ウルティマ』、『ウィザードリィ』云々というのも、すでに語り尽くされている事柄です。もっと読者ならではの新鮮な視点があれば、と残念でした。他にペンネームのみで名前や連絡先のないもの、文字がかすれて読めないものなど、内容以前のものもありました。

ただ「RPGの本質」「対戦ゲームの美学」というテーマが、すでに語り尽くされていることも事実。そこで次号では、再び自由募集にすることにします。そのかわりライター志望の方は「ライター志望」。自由に投稿したい方は「一般投稿」とご明記ください。その上でカウントは継続します。字数は1200字程度。お待ちしてます。

『ゲーム批評』の編集方針

ゲームを批評するとは、どういうことなのでしょう。
数多く出版されるゲーム誌は、メーカーとの結びつきから、
ゲームソフトを公正に表現することが難しい状況にあります。
私たちは『ゲーム批評』の発刊にあたって以下の指針を定めました。

・広告を入れないことで、各メーカーとの距離を公正に保ち、『ちょうちん』記事に類する原稿は掲載しない。

・ゲームソフトには商品（企業力が評価を左右する）と作品（制作者の優劣が評価を決める）の二面性があり、共に尊重するが、商品よりも作品としての立場をより重視する。

・批評の際にはソフトを終わらせ、制作者の意図を読みとる努力を前提とする。ゲームソフトを数時間プレイしただけで点数をつける、といったやり方は行わない。

・批評は、感想文でも中傷でもなく、建設的な考えのもとに行う。

・批評は、主観に負うものなので、ひとりよがりになりがちだが、広い視野を持ち作品の背景を把握する努力を行う。

・批評に取り上げるソフトは、編集部がなんらかの意義があると判断したものにする。

・評者および編集部は、ソフト批評に責任を持ち、事実誤認についてはすみやかにメーカーおよびユーザーに謝罪する。だが、意見の相違については、納得いく回答が得られるまで意見を撤回しない。

上記の方針のすべてを完璧に実現するには、
私たちは力不足かもしれません。
しかし、ゲームという文化の健全な成長のために、
私たちは努力しています。
そのための『ゲーム批評』なのです。

ゲーム批評編集部

ゲーム批評'99年5月号　プレゼント当選者発表

ゲーム批評'99年5月号表紙
テレフォンカード（30名）

青森県	黒瀧浩一	茨城県	後藤善之	東京都	石井裕二	滋賀県	田中夕起夫
岩手県	杉沢祐一	千葉県	浅野秀一	東京都	目黒政孝	広島県	阪口昌子
福島県	平川千鶴	千葉県	五十嵐太樹	神奈川県	菅原寿恵	兵庫県	丁子友美
福井県	橋本拓弥	千葉県	渡辺幹彦	愛媛県	梅谷英久	鳥取県	桑本実
宮城県	倉博子	千葉県	池島幸大	京都府	平松聖悲	三重県	鳥田真吾
岐阜県	横溝真彦	東京都	古畑昇	大阪府	本條泰子	鹿児島県	福田真紀
		東京都	池田重利	大阪府	緒方知久	鹿児島県	島本有功
		東京都	斉藤博一	大阪府	山田道	大分県	長谷部宏

（敬称略）

※当選品の発送は'99年6月20日までに終了しております。未着の方は編集部までご連絡下さい。ただし、'99年7月末日を過ぎてからのお申し出は無効になりますのでご了承下さい。

バックナンバーのご案内

Vol.1、2、15、16、22、「ディアブロアートガイドブック」は現在品切れ中です。

<Vol.3>'95年4月発行775円（税込）■特集1「次世代機を斬る！」●セガの本気 セガサターン●ソニーの自信 プレイステーション他■特集2「ゲームスクールの実態」<Vol.4>'95年7月発行775円（税込）■特集1「帝王任天堂の悲哀と栄光」●ウルトラ64はすべてを凌駕できるのか？他■特集2「確信!!シミュレーションゲーム」<Vol.5>'95年9月発行775円（税込）■特集1「新世代ゲームの葛藤」●アーク ザ ラッドは「新世代RPG」の扉を開けたのか他■特集2「ゲームの批評とは何か」<Vol.6>'95年11月発行775円（税込）■特集1「衝撃、キャラクターゲーム」●魔法騎士レイアース キャラクターゲームにおける新しい道標他■特集2「裏ソフトの『濃密』な生態」<Vol.7>'96年1月発行775円（税込）■特集1「RPGの本質とは何か」●ドラゴンクエストVI RPG最高峰の説得力他■特集2「決着!?サターン VS.PS」<Vol.8>'96年3月発行775円（税込）■特集1「スクウェア幻想の真実」●FFVII PS参入の衝撃！他■特集2「今が旬の制作者たち」<Vol.9>'96年5月発行775円（税込）■特集1「胎動…アドベンチャー」●バイオ ハザード体験する「恐怖」の可能性他■特集2「ユーザーとメーカー 存在を示すもの」<Vol.10>'96年7月発行775円（税込）■特集1「ゲームは誰が作っているのか」●私たちは誰を評価すればいいのか他■特集2「徹底！シューティングゲーム」<Vol.11>'96年9月発行775円（税込）■特集1「どこまで出来る!?NINTENDO64」●N64 発売が意味するもの他■特集2「デザインするゲームたち」<Vol.12>'96年11月発行775円（税込）■特集1「注目メーカー全特集」●カプコン〜完璧を目指す華やかな格闘帝国他・クリエイターの原体験　横井軍平・特別対談ナイツスタッフ×本誌編集長<Vol.13>'97年1月発行775円（税込）■特集1「今のゲームっておもしろいのかよ」●ゲーム離れが囁かれる現状とは!?他・クリエイターの原体験　亙重郎・告発！ 美少女ゲーム業界<Vol.14>'97年4月発行798円（税込）■特集1「個性派ゲーム大特集」●カッコワルイがカッコイイ時代の到来他・クリエイターの原体験　安田朗・特別企画「業界に広がる波紋」<Vol.17>'97年10月発行780円（税込）■特集1「格闘ゲーム、飽きねぇか？」●かげりの見えてきた格闘ゲームブーム他・クリエイターの原体験　薗部博之<Vol.18>'98年12月発行780円（税込）■特集1「ゲーム業界、ここがカッコわるい!?」●ゲーム、メーカー、クリエイター、マスコミのカッコ悪いこと他<Vol.19>'98年2月発行780円（税込）■特別特集「一冊丸ごと、ソフト批評!!」●ABE a GOGO、グランディア、チョコボの不思議なダンジョン他・クリエイターの原体験　百田郁夫・検証、ポケモン事件の真相<Vol.20>'98年4月発行780円（税込）■特集1「売れるゲーム、売れないゲーム」●『セツ風の島物語』が映し出す業界の歪んだ現実他■特集2「中古ソフト販売は悪か？」<Vol.21>'98年6月発行780円（税込）■特集1「それじゃ、ゲームの面白さってなに？」●スクウェアの台頭、任天堂の苦悩他■特集2「今、ゲームマスコミに求められているの」・新連載「ゲーム業界、明日はしらない。」<Vol.23>'98年10月発行780円（税込）■特集1「来るか!?NINTENDO64」●異色組織、マリーガルの目指すもの他■特集2「通信ゲームってどうなんだ？」・特別企画 大槻ケンヂ「ゲーム歴三年目にして今思う」第二弾・クリエイターの原体験　小松千佐子<Vol.24>'98年12月発行780円（税込）■特集1「掟破りのソフト批評スペシャル」●禁断の発売前ソフト批評、忍者・探偵ゲーム特集他■特集2「徹底追及 ゲームと著作権を巡る諸問題」・新連載「岡本吉起の言わしてもらうで」「失われた伝説を求めて」

<Vol.25>'99年2月発行780円（税込）



■特集1
「こんにちは、ドリームキャスト」
●サードパーティが語るドリームキャストの現状と展望　他
■特集2「音楽ゲームの過去、今、未来」
ゲーム業界トピックス「『ゼルダの伝説 時のオカリナ』その発売周辺事情を探る」「ゲーム流通、変革の時」他

<Vol.26>'99年4月発行780円（税込）



■特集1
「FFVIIIは何だったのか!?」
●FFVIIIを巡る経済効果、FFVIII批評　他
■特集2「携帯ゲームブームの謎」
ゲーム業界トピックス「PS2、『サクラ大戦』、任天堂新ハード……様々な思惑に沸く'99年ゲーム戦線」

別巻
- 飯野賢治の本　'96年9月発行　764円（税込）
- 読者あっての本ですから　'97年4月発行　788円（税込）
- RESEARCH ON BIOHAZARD 2-final edition-　'98年9月発行　2520円（税込）
- 電脳戦機バーチャロン　オラトリオ・タングラム ULTIMATE MISSION　'98年12月発行　1480円（税込）
- 悪趣味ゲーム紀行　'98年12月発行　1260円（税込）
- すごいエロゲー烈伝！　'98年12月発行　1029円（税込）
- アニメ批評創刊準備号　'99年1月発行　924円（税込）
- 読者あっての本ですから2　'99年2月発行　787円（税込）

※現在、バックナンバーの直販は行っておりません。書店のみの取り扱いとなります。ご注文の際は右記の注文書に号数・注文数・住所・氏名・電話番号をご記入の上、お近くの書店にお申し込み下さい。（コピー可）

客注扱い

書店（帳合）印

販元：マイクロデザイン出版局
TEL03-3206-1641/FAX03-3551-1208

お名前

ご住所　〒

TEL　（　　）

ゲーム批評 Vol.（　　　） Vol.3〜13　738円、Vol.14　760円、Vol.16〜　780円（Vol.16〜は税込み価格です）		各　冊
ゲーム批評総集編（　　）年（　　）半期 '96年上半期・下半期　各1437円、'97年上半期・下半期・'98年上半期　各1400円		各　冊
飯野賢治の本	728円	冊
読者あっての本ですから	750円	冊
RESEARCH ON BIOHAZARD 2-final edition-	2400円	冊
電脳戦機バーチャロン　オラトリオ・タングラム ULTIMATE MISSION	1410円	冊
悪趣味ゲーム紀行	1200円	冊
すごいエロゲー烈伝！	980円	冊
アニメ批評創刊準備号	880円	冊
読者あっての本ですから2	750円	冊

【お詫びと訂正】前号におきまして以下の誤りがございました。読者および関係者の方々にご迷惑をおかけしたことを深くお詫びすると共に、ここで訂正させていただきます。●P.55　入交氏の特設メールアドレスは正しくは「irimajiri@soj.sega.co.jp」です。

EDITORS' ROOM

と、いうわけで新編集長になりました。頑張ります。

今回は久々に業界ネタ満載の内容になってしまいました。もっとも最初から予定したわけではなく、取材を進めるうちにどんどん書きたいことがたまっていったのが原因です。読者の皆様のご意見、ご感想をお待ちしております。

もっとも、今後も業界ネタ中心の誌面制作になるわけではありません。反動というわけではありませんが、次号はソフト批評もより充実させてお届けする予定です。硬い記事から、柔らかい記事、特集からコラムまで、幅が広いのがゲーム批評の特徴だと思っています。まだまだ未熟な編集部ですが、今後ともおつきあいいただければ幸いです。

さて、今号から小野塚、並河両編集部員がゲーム批評から離れることになりました。二人ともお疲れさまでした。新天地でも頑張ってください。

（小野）

もの凄いデンジャラス&ワンダフル映画を発見したので紹介しよう！ 世界初のベースボール・パニック・ホラー『ザ・キャッチャー』（販売元・アルバトロス）だ！ 正体不明の残虐捕手（キャッチャー）がバットやバッティングマシーンで大リーガーを斬殺しまくるという、ただそれだけの内容（笑）。マジでスゲェ。例のトレンチコート・マフィア事件によって映画やゲームが槍玉に挙がっている中、こんな問題作を発売したビデオ会社に改めて賞賛の拍手を贈ります。デストロイ！ というわけで全世界の野球ファンを恐怖のドン底に叩き落とす地獄の大ビーンボール映画『ザ・キャッチャー』は、6月5日よりレンタル開始。さぁ君もビデオレンタル屋に殺人スライディング！



（バイキング松井）

今回はちょっと昔話を。ボクは編集部に入る前は、どこのゲーセンにでもいるタダの対戦ゲーム大好きっ子でした。時間の合間を見つけては、いきつけの狭いゲーセン（筐体20台位しかないトコ）に行って。仲間とダベって。非生産的でしたけどスゲエ楽しい時間でした。でも東京に来てしばらくたった後、その地元の狭いゲーセンはなくなってしまった。筐体を全部捨ててプリクラセンターになったんです。そん時はホントに悲しくて「なんだよ店長の野郎、ハヤリに流されやがって…」とか毒づいたりしましたが、今回の2特集を進めていくうちに、あん時の店長の気持ちが少し分かりました。マジで食っていけないんですよ、今のゲーセンって。でもやっぱり出来ることなら、またあの狭いゲーセンに顔を出したいと思うんですよね。AM業界に活気を取り戻したい。この気持ちみんなに伝わったでしょうか？

（ヤマウチ）

----今号コレばっかやってました----

小野 『ベストプレープロ野球』（Win）…現在ロッテ2位！ やはり監督が重要だ。
バイキング松井 『フラッシュバック』（SFC）…久しぶりに興奮と感動を覚えた作品。
ヤマウチ 『The Treasure of GENUM』（Web）…暗黒剣士マジで全然出ないんですけど。

隔月刊 ゲーム批評 7月号

ゲーム批評Vol.27
第6巻第9号通巻第42号
1999年7月1日発行
定価780円（税込）

STAFF

発行人 武内静夫
編集人 斎藤亜弓
編集長 小野憲史
デスク 松井 真
編集部 山内智和
販売営業 長谷川安次
大森浩司
加藤 勝
藩守亜紀子
デザイン 有限会社エストール
城 信行
印刷：大日本印刷株式会社

（株）マイクロデザイン出版局
〒104-0043
東京都中央区湊2-4-1MGビル
TEL.03-3261-1641（販売）
FAX.03-3551-1208

次号
『隔月刊 ゲーム批評9月号』は
8月3日発売予定

●メーカーのみなさまへ
事実誤認については、すみやかに謝罪いたします。また、意見の相違、本誌批評に対する反論などございましたら、ご一報ください。

隔月刊ゲーム批評 9月号予告

SEPTEMBER

特集

テレビゲーム温故知新（仮）

SCEIの次世代PSの興奮冷めやらぬなか、任天堂は松下との提携・新ハード発表と業界を揺るがす。ゲームの可能性がどんどん広がっていく今、それに見合うゲームとは一体なんなのか？　次世代のゲーム、次世代のクリエイター達は本当に登場するのだろうか？　そこであえて明日への可能性の模索のために、名作再評価、クリエイターインタビュー、対談、失われた伝説スペシャル等々、古きをたずねて新しきを知る超特大企画です!!

特別企画

○ついに決着!?　中古ソフト売買問題

5月27日、ついにエニックス・上昇訴訟決着!!　中古ソフト売買の今後の行く末は？業界内外が注目する中古ソフト売買問題も勿論お届けします!!

○そして……みんなおののけ!!　驚愕のカラー連載スタート!!　ご期待下さい!!

その他、ゲームソフト批評（エースコンバット3エレクトロスフィア／ペルソナ2 罪／俺の屍を超えてゆけ／せがれいじり／SPRIGGAN～LUNAR VERSE～／DINO CRISIS／ジャイアントグラム～全日本プロレス2 in日本武道館～／機動戦士ガンダム外伝 コロニーの落ちた地で…／マリオゴルフ64／バイオレンスキラー～TUROK NEW GENERATION／STREET FIGHTERⅢ 3rd STRIKE／BURIKI ONE／こみっくパーティー等々）、連載陣も絶好調!!

次回「隔月刊ゲーム批評9月号」は'99年8月3日発売!

予告内容は都合により変更になる場合がございます。

◆ライター超募集!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

ゲーム批評編集部では誌面の充実のため、原稿を書いていただくライターを募集いたします。特に制限などありませんが、東京近郊にお住まいで編集部に来られる方は歓迎いたします。ライター・編集などの実務経験のある方、専門知識に優れた方、フリーの方は特に歓迎いたします。

ゲームの批評原稿（タイトル・形式は自由）もしくは雑誌等に採用された原稿と、履歴書をゲーム批評編集部「ライター超募集係」にお送り下さい。

採用の場合は編集部からご連絡いたします。応募から2カ月が経過しても連絡がない場合は不採用とご了承下さい。また、応募いただいた書類等は返却いたしませんのでご注意下さい。

「今のゲーム批評は面白くないんだよ！　オレが面白い雑誌に変えてやるぜ！」という熱い魂と情熱と文章力と行動力と一般常識を備えた方のご応募、お待ちしております。一緒にゲーム批評を面白い雑誌にしていきましょう！

応募先
〒104-0043 東京都中央区湊2-4-1 MGビル
(株)マイクロデザイン出版局 ゲーム批評編集部
「ライター超募集係」（担当：小野）

ゲーム批評 1999 7月号

話題！問題？次世代PS／アーケード氷河期

Vol. 27

平成11年7月1日発行第6巻第9号通巻42号
発行人：武内静夫
編集人：斎藤亜弓
発行所：マイクロデザイン出版局

〒104-0043東京都中央区湊2-4-1
TEL03-3206-1641(販売)
FAX03-3551-1208

『ゲーム批評』は公正な立場を確立するため、広告をいれません。
（ゲーム批評編集部）

定価：780円
本体743円

雑誌 03679-7

T1103679070783

POST CARD

大予言：
あなたはここに
50円切手を貼る
だろう。

1040043

東京都中央区湊2－4－1 MGビル

マイクロデザイン出版局

隔月刊 ゲーム批評 編集部 Vol.27アンケート係行

フリガナ 氏名	P.N.		
	職業	年齢 歳	性別 男・女

〒　　　　住所

本誌以外でよく読む雑誌名（複数可・以下同）

最近面白かったゲームソフト名

買いたいと思うゲームソフト名

ゲーム批評で読みたい記事は何ですか？

ゲーム以外で興味のあることは何ですか？

面白かった記事を目次の番号で記入して下さい（3つまで）。

つまらなかった記事を目次の番号で記入して下さい（3つまで）。

次号で取り上げて欲しいゲームソフト名をお書き下さい。

5月27日の上昇・エニックス訴訟判決について思うところがあればお聞かせ下さい。

注目している若手ゲームクリエイターを教えて下さい。

本書に対するご希望や気づいた点など、何でもけっこうですのでお書きください。

アンケートにお答えくださった方の中から抽選で３０名の方に、
今号の表紙イラストをデザインしたオリジナル・テレホンカードを差し上げます。